

ABSTRAK

Peneliti: Gilang Kumari Putra, M.I.Kom

NPM : 210120080033

Judul Penelitian: **PEMULIHAN CITRA DIREKTORAT JENDERAL PAJAK RI, Studi kasus : Mengenai Strategi Komunikasi Humas Ditjen Pajak RI Dalam Upaya Pemulihan Citra Pascakasus Gayus**

Munculnya kepermukaan kasus Gayus dan diikuti berbagai kasus pajak yang lain yang melibatkan oknum pegawai dan pejabat pajak baik di pusat maupun di daerah, membuat masyarakat seakan hilang kepercayaan kepada badan yang bertugas mengumpulkan pajak ini, Ditjen Pajak sebagai “pemeran utama” dalam kasus Gayus dirasa perlu melakukan upaya pemulihan citra. Pemulihan harus dilakukan secara cepat, tepat, dan sistematis karena meski bagaimanapun sebagai badan yang bertugas sebagai pengumpul dan pengelolaan pajak yang merupakan sumber utama dalam penerimaan APBN harus bergerak cepat, karena ketidakpercayaan masyarakat khususnya pemilik NPWP akan berdampak buruk terhadap penerimaan pajak yang tentunya akan mengganggu stabilitas perekonomian nasional.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, di mana penelitian ini berusaha memberikan gambaran dan penjelasan tentang strategi komunikasi yang dilakukan Humas Ditjen Pajak RI dalam upaya pemulihan citra dengan didukung oleh data dan wawancara dengan *key information* yang terkait. Metode studi kasus yang diterapkan dalam penelitian ini adalah studi kasus deskriptif, yaitu studi kasus yang tujuannya untuk memberikan gambaran yang mendalam dan detail mengenai sebuah kasus.

Pasca kasus Gayus Halomoan Tambunan, hal yang paling hilang dari Direktorat Jenderal Pajak adalah kepercayaan publiknya serta masyarakat luas akibat tercemarnya reputasi atau nama baik organisasi. Dengan demikian diperlukan upaya sungguh-sungguh untuk memulihkan citra organisasi. Selain itu pemilihan strategi yang tepat dapat mempercepat upaya pemulihan citra organisasi dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak. Direktorat Jenderal Pajak melakukan strategi pemulihan citra berupa sosialisasi dan publikasi kepada wajib pajak terkait dengan komitmen organisasi dalam melakukan pembenahan internal organisasi. Sosialisasi dilakukan baik secara langsung dengan audiens maupun dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi termasuk media massa. Dalam upaya memulihkan citra Direktorat Jenderal Pajak tidak terlepas dari kendala atau hambatan yang berupa kondisi masyarakat itu sendiri yang telah memiliki persepsi buruk terhadap organisasi pasca munculnya pemberitaan kasus Gayus Halomoan Tambunan. Media memegang peranan penting dalam upaya memulihkan citra Direktorat Jenderal Pajak sehingga pemanfaatan media sangat relevan dalam aktivitas komunikasi massa terkait hal tersebut. Media yang digunakan dalam aktivitas pemulihan citra Direktorat Jenderal Pajak adalah media cetak seperti surat kabar dan majalah serta brosur atau poster maupun media elektronik seperti televisi dan internet.

Kata kunci : Pemulihan Citra, Strategi komunikasi, Gayus, Studi Kasus, Ditjend Pajak RI.

ABSTRAK

Researcher : Gilang Kumari Putra, M.I.Kom

NPM : 210120080033

Research entitle: The Image Recovery of Direktorat Jenderal Pajak RI, the case study about communication strategy of Humas Ditjend Pajak RI in order to recovery the image after Gays case

In case of Gayus and other taxation scandals that have implicated tax officials both in central and regional levels, made people lose their trust to the Directorate Generale of Taxation / Ditjen Pajak which has authority and responsibility to collect the tax as the revenue of the country. Ditjen Pajak that has been perceived as the 'main role' in case of Gayus, need to do some image recovery. The recovery must be done quickly, accurately, and sistematically because of the tax as the main revenue in APBN, moreover the mistrust of the people especially for the NPWP owner can affect the tax revenue which would disrupt the stability of national economy.

The research method used in this study is a case study, that make overview and explain the communication strategy undertaken by Public Relation of Ditjen Pajak RI to recover the image, also supported by the related data and interviews. The method of case study applied in this research is a descriptive case study that aimed to provide a depth and detail in a case.

After the case of Gayus Halomoan Tambunan, one thing that has missed from the people and wider community was the public trust due to the contamination of the reputation or good name of the organization, thus required the serious efforts to restore the organization image. Besides that, the appropriate strategy selection can accelerate the recovery the image. Ditjen Pajak have done some strategies, they are socialization and publication to the tax-payers associated with the organization's commitment to reform the internal organization. The socialization directly done to the audiens, either by using the information and communication technologies, including mass media. In the effort to restore the image of Ditjen Pajak had some constraints, they are condition of the people themselves who have had bad perception about the organization after that case. Media played an important role in the effort to restore the image of Ditjen Pajak, thus media was considered to the very relevant effort to communicate them. Media used by Ditjen Pajak were printed media, such as news paper and magazines as well as posters and brochures also electronic media such as television and the internet.

Keyword : ***Image recovery, Gayus, Case study, Ditjend Pajak RI.***