

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi *Public Relations***

**Muh Nirwan Anwar (20120530281)**

**Strategi Kampanye “Tahun Pembinaan Wajib Pajak ” Direktorat Jenderal Pajak D.I.Y Dalam Mendorong Wajib Pajak Melaporkan SPT dan Taat Membayar Pajak Tahun 2015**

**Tahun : 2016 + 110 Halaman + 6 tabel + 21 Gambar + 3 Lampiran**

**Daftar Pustaka : 14 buku + 6 Sumber Online + 3 skripsi**

Kampanye merupakan serangkaian langkah/tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu. Tahun 2015, Pemerintah melalui Kementerian Keuangan mengeluarkan Peraturan menteri Nomor 91/PMK.03/2015 tentang pengurangan atau penghapusan sanksi administrasi atas keterlambatan penyampaian surat pemberitahuan, pembetulan surat Pemberitahuan dan keterlambatan pembayaran atau penyetoran pajak.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, diawali dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan analisis data, kemudian diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Objek dalam penelitian ini yaitu Direktorat Jenderal Pajak D.I.Y yang merupakan pelaksana kampanye tahun 2015. Pengambilan informan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Sementara pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan studi dokumentasi yang dimiliki Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi kampanye yang dilakukan sudah tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak D.I.Y dengan mengandalkan media massa cetak, elektronik dan media luar ruang. Kemudian untuk lebih memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi Direktorat Jenderal Pajak D.I.Y perlu menambahkan serta memaksimalkan penggunaan media sosial seperti facebook, twitter dan instagram.

**Kata kunci : Strategi kampanye, SPT, Wajib pajak**

## **ABSTRACT**

**University of Muhammadiyah Yogyakarta**

**Faculty of Social and Politic Science**

**Department of Communication Science**

**Concentration of *Public Relations***

**Muh Nirwan Anwar (20120530281)**

**The Campaign Strategy “Tahun Pembinaan Wajib Pajak” of Direktorat Jendral Pajak D.I.Y on encourage Taxpayer to report SPT and obedient Tax Payment in 2015**

**Year : 2016 + 108 Page + 6 Table + 21 Image + 3 Appendices**

**References : 12 Books + 6 online Sources (Internet) + 3 Thesis**

Campaign is kind of planned communication tactics for producing certain effect. In 2015, Ministry of Finance of Indonesia generated Ministerial Decree Number 91/PMK.03/2015 Reduction of Administration Sanctions on the Letter Notifications Retardment, the Revision on Letter Notification and Tax Payment Retardment.

This research use qualitative descriptive method, start from collecting data, reducing data, presenting data, and analyzing data that is ended with concluding data. The Object in this research field is Direktorat Jendral Pajak D.I.Y that held campaign in 2015. Furthermore, data is collected by interview and documented studies in Direktorat Jendral Pajak D.I.Y. Thus, Interviewees is determined by using purposive random sampling.

The Result of this research concluded that campaign strategy of Direktorat Jendral Pajak D.I.Y is appropriate campaign. They have using mass media; printed, electronic and external media. Subsequently, they have to enhance and maximize campaign by using social media for instance Facebook, Twitter and Instagram.

**Kata kunci :** *Campaign Strategy, SPT, Taxpayer*