

## ABSTRAK

### **Novita Dwi Yanti, Strategi Humas Samsat Rancaekek pada Program Pemutihan PKB Tahun 2025**

Strategi humas merupakan serangkaian tindakan terencana dan terstruktur yang dirancang oleh praktisi humas, sebagai suatu usaha untuk mengimplementasikan misinya dalam mencapai tujuan organisasi. Program Pemutihan PKB (Pajak Kendaraan Bermotor) merupakan salah satu bentuk implementasi strategi humas dalam aspek pelayanan publik. Program Pemutihan PKB ini merupakan program yang dilaksanakan secara berkala oleh pemerintah daerah di Indonesia. Program Pemutihan PKB di wilayah Jawa Barat dijalankan oleh sejumlah unit layanan publik, termasuk P3DW (Pusat Pengelolaan Pendapatan Daerah Wilayah) Kabupaten Bandung I Rancaekek atau lebih dikenal Samsat Rancaekek yang secara langsung melayani masyarakat, di bawah naungan Bapenda Jabar.

Program Pemutihan PKB merupakan salah satu bentuk penguatan upaya pemerintah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, di mana adanya peran aktif humas dalam menyusun strategi turut memegang peran penting dalam mencapai tujuan program. Humas Samsat Rancaekek pada pelaksanaan Program Pemutihan PKB memiliki peran penting dalam mencapai tujuan program melalui adanya peningkatan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi humas diterapkan dalam pelaksanaan Program Pemutihan PKB 2025 di tingkat Samsat, menggunakan model RACE (*Research, Action, Communication, Evaluation*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kegiatan Humas Samsat Rancaekek dalam pelaksanaan Program Pemutihan PKB Tahun 2025 dilakukan secara sistematis melalui empat tahapan utama berdasarkan model RACE. Tahap *research* (analisis) digunakan untuk memahami kondisi awal masyarakat dan mengidentifikasi permasalahan melalui data internal, media digital, dan observasi langsung. Selanjutnya, tahap *action planning* (perencanaan aksi) menetapkan tujuan komunikasi yang jelas dengan strategi yang fokus pada penyebaran informasi dan partisipasi masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi. Pada tahap *communication* (komunikasi), pesan disampaikan melalui kanal tatap muka, media sosial, media cetak, media elektronik, menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta pemantauan respons publik untuk memastikan komunikasi dua arah. Terakhir, tahap *evaluation* (evaluasi) dilakukan melalui koordinasi internal, observasi layanan serupa, dan sistem OCA, dengan indikator evaluasi yang mencakup layanan harian, bulanan, penanganan kasus, dan pengaduan masyarakat sebagai dasar perbaikan strategi komunikasi di masa mendatang.

**Kata Kunci:** Strategi Humas; Program Pemutihan PKB; Model RACE

## **ABSTRACT**

### ***Novita Dwi Yanti, Public Relations Strategy of Samsat Rancaekek in the 2025 Vehicle Tax Amnesty Program***

*A public relations strategy is a series of planned and structured actions designed by PR practitioners as an effort to implement their mission in achieving organizational goals. The Vehicle Tax Amnesty Program (Pemutihan PKB) is one form of public relations strategy implementation in the context of public service. This program is carried out periodically by local governments across Indonesia. In West Java, the program is implemented by several public service units, including the P3DW (Regional Revenue Management Center) of Bandung Regency I Rancaekek, also known as Samsat Rancaekek, which directly serves the public under the supervision of Bapenda Jabar.*

*The Vehicle Tax Amnesty Program is part of the government's efforts to increase taxpayer compliance, where the active role of public relations in developing strategies plays a crucial role in achieving program objectives. The public relations team at Samsat Rancaekek plays an important role in achieving the program's goals by enhancing taxpayer compliance.*

*This study aims to identify how public relations strategies are applied in the implementation of the 2025 Vehicle Tax Amnesty Program at the Samsat level, using the RACE model (Research, Action, Communication, Evaluation). The study employs a qualitative approach with a descriptive method, collecting data through in-depth interviews and documentation.*

*The results show that the activities of Samsat Rancaekek's public relations in implementing the 2025 Vehicle Tax Amnesty Program follow a systematic approach through four main stages based on the RACE model. The research stage is used to understand the initial conditions of the public and identify problems through internal data, digital media, and direct observation. The action planning stage establishes clear communication objectives with strategies focused on information dissemination and public participation through various communication channels. In the communication stage, messages are delivered through face-to-face channels, social media, print media, and electronic media, using simple language and monitoring public responses to ensure two-way communication. Finally, the evaluation stage is conducted through internal coordination, observation of similar services, and the OCA system, with evaluation indicators including daily and monthly service results, case handling, and public complaints, which serve as the basis for improving future communication strategies.*

**Keywords:** *Public Relations Strategy; Motor Vehicle Tax Arrears Elimination Program; RACE Model*