

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
RIWAYAT HIDUP	xx
MOTTO HIDUP	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Akademis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Landasan Pemikiran	7
1.5.1 Landasan Teoritis	7
1.5.1.1 <i>Communicator</i>	8
1.5.1.2 <i>Relationship</i>	9
1.5.1.3 <i>Backup management</i>	9
1.5.1.4 <i>Good image maker</i>	10
1.5.2 Landasan Konseptual	10
1.5.2.1 Peran Hubungan Masyarakat	10
1.5.2.2 Hubungan Masyarakat Pemerintah	11
1.6 Langkah-langkah Penelitian	12
1.6.1 Lokasi Penelitian	12
1.6.2 Paradigma Penelitian	13
1.6.3 Pendekatan Penelitian	13
1.6.4 Metode Penelitian	14
1.6.5 Jenis Data dan Sumber Data	14
1.6.5.1 Jenis Data	14
1.6.5.2 Sumber Data	15
1.6.6 Teknik Penentuan Informan	16
1.6.7 Teknik Pengumpulan Data	17

1.6.7.1 Wawancara Mendalam	17
1.6.7.2 Observasi Partisipasi Pasif	18
1.6.7.3 Dokumentasi	18
1.6.8 Teknik Analisis Data	19
1.6.8.1 Mengorganisasikan dan Mempersiapkan Data	19
1.6.8.2 Membaca Keseluruhan Data	20
1.6.8.3 Mengkoding Data	20
1.6.8.4 Mendeskripsikan dan Menghubungkan Tema	20
1.6.8.5 Menyajikan Data	21
1.6.8.6 Menginterpretasikan Makna Data	21
1.7 Rencana Jadwal Penelitian	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA	24
2.1 Penelitian Terdahulu	24
2.2 Kajian Konseptual	34
2.2.1 Peran Hubungan Masyarakat	34
2.2.1.1 Pengertian Peran Humas	34
2.2.1.2 Tujuan Peran Hubungan Masyarakat	35
2.2.1.3 Fungsi Peran Humas	37
2.2.2 Humas Pemerintah	40
2.2.2.1 Pengertian Humas Pemerintah	40
2.2.2.2 Tugas Humas Pemerintah	42
2.2.2.3 Peran humas pemerintah	45
2.2.2.4 Fungsi humas pemerintah	48
2.3 Kajian Teoritis	50
2.3.1 Peran Hubungan Masyarakat	50
2.3.1.1 Peran <i>Public Relations</i> Dozier And Broom	51
2.3.1.2 7 <i>Cs Public Relations Communications</i> Cutlip Center And Broom	53
2.3.1.3 Peran Hubungan Masyarakat Oleh Ruslan	55
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	59
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
3.1.1 Sejarah Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat	59
3.1.2 Visi dan Misi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat	61
3.1.3 Logo dan Filosofi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat	61
3.1.4 Struktur Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat	63
3.2 Profil Informan	64
3.3 Hasil Penelitian	66
3.3.1 Peran Hubungan Masyarakat BAPENDA sebagai <i>communicator</i> dalam Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2025	67
3.3.1.1 <i>Planning</i>	69
3.3.1.2 <i>Programmig</i>	69
3.3.1.3 Sosialisasi	69
3.3.1.4 Publikasi	70

3.3.2 Peran Hubungan Masyarakat BAPENDA dalam membangun dan memelihara <i>relationship</i> dengan masyarakat terhadap Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2025	108
3.3.2.1 Layanan Komunikasi dan responsive	108
3.3.2.2 Membangun Kepercayaan Masyarakat.....	119
3.3.2.3 Meningkatkan Partisipasi.....	121
3.3.3 Peran Hubungan Masyarakat BAPENDA sebagai <i>backup management</i> dalam Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2025.	124
3.3.3.1 Humas sebagai Pendukung Komunikasi Petugas Lapangan.....	125
3.3.3.2 Humas sebagai Penyedia Instrumen Komunikasi Operasional	127
3.3.4 Peran Hubungan Masyarakat BAPENDA sebagai <i>good image maker</i> terhadap Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2025.....	131
3.3.4.1 Transparansi Informasi.....	132
3.3.4.2 Pengelolaan Respon Publik.....	134
3.3.4.3 Dampak dari membangun citra yang baik	136
3.4 Pembahasan.....	139
3.4.1 Peran Hubungan Masyarakat BAPENDA sebagai <i>communicator</i> dalam Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2025	140
3.4.1.1 <i>Planning</i>	141
3.4.1.2 <i>Programming</i>	142
3.4.1.3 Sosialisasi.....	144
3.4.1.4 Publikasi.....	146
3.4.2 Peran Hubungan Masyarakat BAPENDA dalam membangun dan memelihara <i>relationship</i> dengan masyarakat terhadap Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2025	166
3.4.2.1 Layanan Komunikasi dan Responsif.....	167
3.4.2.2 Membangun Kepercayaan Masyarakat.....	170
3.4.2.3 Meningkatkan Partisipasi.....	171
3.4.3 Peran Hubungan Masyarakat BAPENDA sebagai <i>backup management</i> dalam Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2025	173
3.4.3.1 Humas sebagai Pendukung Komunikasi Petugas Lapangan.....	174
3.4.3.2 Humas sebagai Penyedia Instrumen Komunikasi Operasional	175
3.4.4 Peran Hubungan Masyarakat BAPENDA sebagai <i>good image maker</i> terhadap Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2025.....	177
3.4.4.1 Transparansi Informasi.....	178
3.4.4.2 Pengelolaan persepsi Publik.....	179
3.4.4.3 Dampak dari Membangun Citra yang Baik	181

BAB IV KESIMPULAN	183
4.1 Kesimpulan.....	183
4.2 Saran.....	185
4.2.1 Saran Akademis	186
4.2.2 Saran Praktis	186
DAFTAR PUSTAKA.....	187
LAMPIRAN.....	198



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rencana Jadwal Penelitian	22
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Profil Informan	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Logo Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.....	61
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat	63
Gambar 3.3 Sosialisasi Pemutihan PKB 2025	70
Gambar 3.4 Informasi Pemutihan PKB 2025	71
Gambar 3.5 Peran Humas BAPENDA sebagai <i>Communicator</i>	72
Gambar 3.6 Edukasi Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2025	77
Gambar 3.7 <i>Hashtag</i> Umum Pemutihan PKB Tahun 2025	79
Gambar 3.8 <i>Hashtag</i> Manfaat Pajak Program Pemutihan PKB Tahun 2025.....	80
Gambar 3.9 <i>Hashtag</i> Edukasi Pemutihan PKB Tahun 2025.....	82
Gambar 3.10 Konten <i>TikTok</i> Pemutihan PKB 2025.....	84
Gambar 3.11 Sosialisasi Pemutihan PKB 2025 di PRFM	88
Gambar 3.12 Pemberitaan PKB 2025 di Televisi	89
Gambar 3.13 Pemberitaan PKB 2025 di Potral Berita <i>Online</i>	90
Gambar 3.14 <i>Website</i> BAPENDA JABAR	91
Gambar 3.15 Informasi Pemutihan PKB 2025 di <i>TikTok</i>	92
Gambar 3.16 Informasi Pemutihan PKB 2025 di <i>X</i>	93
Gambar 3.17 Informasi Pemutihan PKB 2025 di <i>Instagram</i>	94
Gambar 3.18 Informasi Pemutihan PKB 2025 di <i>Youtbe</i>	95
Gambar 3.19 Informasi Pemutihan PKB 2025 di <i>Facebook</i>	96
Gambar 3.20 Kerja Sama dengan <i>Alfamart</i> , <i>Indomaret</i> dan <i>Alfamidi</i>	99
Gambar 3.21 Informasi Kerja Sama dengan Tokopedia	101
Gambar 3.22 Informasi Kerja Sama dengan Bank Mandiri.....	102
Gambar 3.23 Kerja Sama dengan Bank BCA	104
Gambar 3.24 Kerja Sama dengan Bank BJB	105
Gambar 3.25 Tahapan Humas BAPENDA sebagai <i>Communicator</i>	107
Gambar 3.26 SAMSAT Information Center	110
Gambar 3.27 Whatsapp BAPENDA JABAR.....	111

Gambar 3.28 Curhat SAMSAT JABAR.....	113
Gambar 3.29 Layanan Komunikasi di <i>TikTok</i>	114
Gambar 3.30 Layanan Komunikasi di <i>Instagram</i>	115
Gambar 3.31 Layanan Pojok SAMSAT Kudu Bisa	118
Gambar 3.32 Konten Testimoni Pemutihan PKB 2025	122
Gambar 3.33 Peran Humas BAPENDA sebagai <i>Relationship</i>	123
Gambar 3.34 Pelayanan Lapangan Pemutihan PKB 2025	126
Gambar 3.35 Pamflet Pemutihan PKB 2025	128
Gambar 3.36 Tata Cara Pembayaran Pemutihan PKB 2025	129
Gambar 3.37 Peran Humas BAPENDA sebagai <i>Backup management</i>	130
Gambar 3.38 Transparansi Pemutihan PKB 2025	133
Gambar 3.39 Pemotongan Pajak Bagi Masyarakat Taat Pajak	135
Gambar 3.40 Peran Humas BAPENDA sebagai <i>Good image maker</i>	138



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Plagiarisme	198
Lampiran 2. Presentase Cek Turnitin	199
Lampiran 3. Surat Keputusan Pembimbing Skripsi	201
Lampiran 4. Surat Permohonan Izin Penelitian	202
Lampiran 5. Surat Balasan Dari Perusahaan.....	203
Lampiran 6. Data Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing I	204
Lampiran 7. Data Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing II	205
Lampiran 8. Pedoman Wawancara	206
Lampiran 9. Dokumentasi Wawancara	211

