

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Samsat Rancaekek menjadi salah satu kantor pelayanan Samsat yang terletak di Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Samsat Rancaekek bertanggung jawab untuk menyediakan pelayanan administrasi dan pajak kendaraan bermotor di wilayah tersebut. Beberapa program kegiatan yang mungkin dilakukan oleh Samsat Rancaekek seperti pendaftaran kendaraan baru, di mana Samsat Rancaekek dapat menerima pendaftaran kendaraan baru yang meliputi proses administrasi dan pembayaran pajak awal. Perpanjangan pendaftaran kendaraan ketika masa berlaku pendaftaran kendaraan dan beberapa kegiatan lainnya.

Kegiatan pengelolaan organisasi atau perusahaan berkisar dari perencanaan hingga peninjauan setelah pelaksanaan untuk mencapai tujuan yang ditentukan secara spesifik. Ardansah & Maharani (2020: 32) menuliskan bahwa tujuan dari pengelolaan adalah untuk memastikan lembaga atau perusahaan berjalan dengan lancar, menuju perkembangan yang lebih baik terletak pada sumber daya manusia di bawah lingkup perusahaan atau institusi, dari manajer hingga karyawan dan ini perlu dikelola dengan baik.

Media sosial adalah salah satu dari banyak bidang di mana pengelolaan dipraktikkan. Perkembangan media sosial saat ini telah banyak dimanfaatkan dalam berbagai hal. Data dari DataIndonesia.id (2022) menunjukkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang pada Januari

2022, dan terus alami kenaikan sampai 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya dan 65 % individu di Indonesia menggunakan media sosial untuk bekerja. Penggunaan media sosial secara luas didorong karena membuatnya sederhana dan cepat untuk mendapatkan dan berbagi informasi.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan selain beberapa aplikasi lainnya seperti Whats'App, Tiktok, You Tube dan lainnya. Data dari PramborsFM (2022) mengacu pada jumlah penduduk Indonesia hingga pertengahan 2022 mencapai 275, 77 juta jiwa, sepertiga populasi di Indonesia aktif bermain Instagram yang membuat Indonesia menduduki urutan ke empat sebagai negara yang paling aktif menggunakan Instagram dengan total pengguna aktif mencapai 88,9 juta pengguna. Instagram banyak digunakan untuk kepentingan agama, budaya, ekonomi, sosial, dan salah satunya informasi terkait kebijakan pemerintah seperti layanan pajak sebagaimana yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek dalam menyebarkan informasi terkait wajib pajak.

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) bertugas mengurus tuntutan masyarakat di bidang lalu lintas, seperti perpanjangan STNK atau pajak kendaraan bermotor, juga membantu memproduksi SIM, diantaranya SIM A dan SIM C. Bagi yang izinnya sudah habis, Samsat Rancaekek juga menawarkan perpanjangan izin. Samsat Rancaekek menggunakan Instagram bernama @samsat.rancaekek, telah memiliki kurang lebih 3 ribu pengikut dengan jumlah 1.174 unggahan. Akun Instagram @samsatrancaekek telah ada sejak 5 April 2018 dimulai dengan pengelolaan yang masih sederhana, namun seiring berjalannya waktu publikasi pada Instagram @samsatrancaekek semakin menarik.



Gambar 1: 2 Instagram Samsat Rancaekek

Sumber: [www.instagram.com/sasat.rancaekek](http://www.instagram.com/sasat.rancaekek)

Kantor Pusat Pengelolaan Pendapatan Daerah Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek dan Samsat Rancaekek merupakan perangkat daerah yang bertujuan untuk memberikan pelayanan berupa pemungutan pajak serta informasi mengenai kendaraan bermotor lainnya. Informasi yang diunggah dalam Instagram @samsat.rancaekek berisikan waktu, lokasi, persyaratan pembayaran pajak yang dikemas melalui gambar, video, dan *caption* yang disebarluaskan melalui Instagramnya.

Beragam informasi dikemas oleh Samsat Rancaekek dalam bentuk gambar, video, maupun *caption* pada Instagram @samsat.rancaekek seperti unggahan kolaborasi lembaga dengan pihak eksternal yang dikemas dalam bentuk foto dan *reels* untuk kegiatan *talkshow*. Konten tersebut menjeaskan terkait kegiatan yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek sebagai upaya penyadaran masyarakat untuk wajib bayar pajak.

Publikasi yang diunggah oleh Samsat Rancaekek pada akun Instagram @samsat.rancaekek memiliki ciri khas tersendiri. Ciri khas tersebut meliputi penggunaan *caption* yang sederhana dan mudah difahami, desain gambar yang bernuansa *soft colour*, video yang diunggah memiliki keterangan waktu dan tujuan unggahan tersebut pada *caption*-nya “Senin, 09 Januari 2023 Bapenda Provinsi Jawa Barat melalui Pusat Pengelolaan Pendapatan Daerah Wilayah Kabupaten Bandung I Rancaekek membagikan sejumlah *souvenir* berupa kalender Tahun 2023 kepada Wajib Pajak di Samsat Rancaekek”. Berdasarkan hal tersebut, terlihat bahwa aktivitas pada akun Instagram @samsat.rancaekek tidak dibuat asal, tetapi dilakukan dengan konsep sedemikian baiknya dengan mempertimbangkan bagaimana setiap informasi yang disebarkan dapat diterima dan dipahami oleh publiknya.

Samsat Rancaekek aktif memberikan beragam informasi seputar wajib bayar pajak bahkan melalui akun instagramnya, mereka mencantumkan keterangan tambahan bagi para pembayar pajak untuk senantiasa menyimpan nomor layanan wajib pajak sebagai informasi tambahan untuk mempermudah mereka dalam melakukan pembayaran wajib pajak, sebagaimana yang tertulis pada biografi akun Instagram @samsat.rancaekek “Layanan Informasi Wajib Pajak Melalui WhatsApp 0981122301818 (*chat only*)”.

Setiap lembaga tentu mengharuskan untuk mampu mengelola instagramnya masing-masing secara maksimal untuk mencapai tujuan termasuk Samsat Rancaekek, melalui Instagram @samsat.rancaekek secara aktif, normatif, dan kreatif dalam mengemas informasi tentang wajib bayar pajak sehingga

terbangun interaksi di dalamnya. Pengelolaan Instagram @samsat.rancaekek harus dilakukan secara berkelanjutan sesuai dengan perkembangan Instagram yang makin marak digunakan oleh publik yang dituju yakni mereka yang telah berkewajiban membayar pajak, agar mereka tertarik untuk menerima, dan memahami beragam informasi wajib bayar pajak dan pentingnya membayar pajak yang ada pada instagram @samsat.rancaekek.

Instagram menunjukkan apa yang dikenal sebagai konten, yang meliputi gambar dan video. Publik yang berbeda dapat menanggapi pesan yang berbeda dalam konten, memungkinkan terjadinya interaksi antara publik dan institusi. Sehingga, sebuah institusi harus mengontrol konten, pesan, keterlibatan, dan publik di Instagram agar publik dapat menerima dan memahami informasi yang ditawarkan oleh institusi tersebut.

Instagram @samsat.rancaekek aktif dalam membagikan informasi di medianya yang dikemas dalam bentuk video maupun foto yang mudah untuk dimengerti, redaksi keterangan yang diberikan pun dikemas secara sederhana, selain itu informasi yang diberikan pun selalu *up to date*. Hal ini memudahkan para pembayar pajak untuk membayar wajib pajak sekaligus mempermudah kinerja lembaga dalam menjalankan kewajibannya sebagai pemberi fasilitas antara wajib pajak dengan kebermanfaatannya untuk kemajuan negara.

Melihat semakin meningkatnya pengguna Instagram di Indonesia, kini banyak institusi yang memanfaatkannya sebagai sumber informasi dengan menampilkan berbagai konten menawan. Kajian pengelolaan Instagram @samsat.rancaekek sebagai media informasi yang menyebarkan pesan kepada

wajib pajak tentu menarik untuk diteliti dalam sebuah kajian, mengingat masih terbatasnya Instagram yang dijadikan sebagai media informasi untuk kepentingan wajib membayar pajak.

Kajian pengelolaan Instagram oleh @samsat.rancaekek akan sangat membantu dalam kampanye *Cyber Public Relations*, yakni pembaharuan kegiatan kehumasan mengikuti era digital, untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat tentang wajib pajak melalui postingan Instagram. Dengan mengemas komunikasi dalam bentuk konten, *cyber public relations* di Instagram sangat membantu penyebaran informasi kelembagaan dan membina hubungan publik antar lembaga. Samsat Rancaekek perlu mengelola Instagram secara aktif dan kreatif agar bisa terus mengedukasi masyarakat tentang perlunya membayar pajak.

## 1.2 Fokus Penelitian

Proses pengelolaan konten, pesan, interaksi, dan publik Instagram dapat dikatakan membantu membangun konteks perdamaian, sesuai dengan uraian latar belakang penelitian yang diberikan di atas ditarik focus penelitian yakni terkait bagaimana pengelolaan Instagram @samsat.rancaekek sebagai media informasi wajib pajak. Adapun untuk memperjelas fokus penelitian dibuat beberapa pertanyaan penelitian yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana pengelolaan *share* konten pada Instagram Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak?
2. Bagaimana pengelolaan *optimize* pesan pada Instagram Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak?

3. Bagaimana pengelolaan (*manage*) interaksi pada Instagram Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak?
4. Bagaimana pengelolaan *engage* publik pada Instagram Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui terkait pengelolaan Instagram Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak, yang secara khusus ditujukan untuk mengetahui beberapa hal sebagai berikut:

1. Mengetahui pengelolaan *share* konten pada Instagram Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak.
2. Mengetahui pengelolaan *optimize* pada Instagram Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak.
3. Mengetahui pengelolaan (*manage*) interaksi pada Instagram Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak.
4. Mengetahui pengelolaan *engage* publik pada Instagram Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

#### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi massa dan kegiatan *cyber public relations* yang merupakan bagian dari *public relations online*. Kajian Samsat Rancaekek tentang komunikasi massa dan *cyber public relations* memprediksi bahwa penelitian ini mampu menunjukkan operasional

pengelolaan Instagram secara realistis sebagai sarana penyebaran informasi tentang wajib pajak.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Harapan dari penelitian ini adalah untuk memberikan manfaat bagi berbagai pihak di berbagai institusi yang terlibat dalam penyelenggaraan Instagram. Pengurus Samsat akun Instagram @samsat.rancaekek Kesadaran masyarakat akan pentingnya membayar pajak dinaikkan oleh Rancaekek.

Bagi praktisi humas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi dalam menjalankan pengelolaan Instagram lembaga untuk menyebarkan pesan-pesan kepada publiknya.

Hasil penelitian Samsat Rancaekek ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi dalam aktivitas pengelolaan Instagram @samsat.rancaekek agar lebih baik di masa mendatang.

Hasil penelitian ini bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan masyarakat terkait dengan pengelolaan Instagram yang telah diterapkan oleh Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak.

Penelitian ini diharapkan bagi mahasiswa dapat menambah wawasan dan meningkatkan pemahaman teori atau konsep yang berkaitan dengan pengelolaan Instagram sebagai media informasi.

Penelitian ini diharapkan bagi penelitian lanjutan dapat menambah literatur bacaan untuk penelitian selanjutnya yang sejajar dengan penelitian ini.

#### **1.5 Landasan Pemikiran**



Landasan pemikiran dalam hal ini bertujuan untuk menjelaskan suatu teori dan konsep yang berkaitan dengan fokus penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai pedoman dalam menjawab pertanyaan penelitian yang disajikan.

### 1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teori suatu penelitian berfungsi sebagai acuan dasar dan diperlukan untuk mendukung data yang tersedia sehingga dapat mencapai kesimpulan berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2017: 54), landasan teoretis berbentuk susunan sistematis sejumlah konsep, definisi, dan proporsi, atau alur logika atau penalaran. Landasan teoretis membantu dalam mengikat data bersama dan menganalisisnya sesuai dengan penelitian yang ada.

Kehadiran digitalisasi mengubah gerak kinerja berbagai instansi maupun perusahaan pada setiap unsurnya terkait kinerja termasuk *public relations*. Menurut Syafaat & Wahyudin (2020:1) kehadiran teknologi menjadikan setiap elemen di dalamnya perlu beradaptasi termasuk seorang *public relation* yang kini muncul teori digital *public relations*, salah satunya teori *cyber public relations* yang dikemukakan oleh Julius Onggo, di mana *cyber public relations online* merupakan inisiatif *public relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitas.

Landasan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan teori *cyber public relations* sebagai pendukung, dan landasan teoritis utama menggunakan model komunikasi *The Circular Model of Some* dari Regina Luttrell. Sugiharto & Amalia (2022: 3) menuliskan bahwa, *The*

*Circular Model of Some* merupakan sebuah model komunikasi yang diciptakan oleh Regina Luttrell untuk memudahkan para praktisi media sosial untuk melakukan perencanaan komunikasi pada media sosial. Penelitian ini menggunakan *the Circular Model of Some* karena membahas mengenai proses pengelolaan pada media sosial Instagram.

*The Circular Model of Some* mengandung empat aspek yang saling berkaitan dalam proses pengelolaan media sosial yang meliputi tahapan *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (mengikutsertakan). Luttrell (2015: 41) menjelaskan tahapan dalam pengelolaan media sosial yang termuat dalam *the Circular Model of Some* sebagai berikut:

1) *Share* (Membagikan)

*Share* yakni elemen yang membantu proses organisasi atau korporasi untuk terhubung dengan publiknya dalam berbagi minat dan keyakinan yang sama sebagai bentuk upaya organisasi atau korporasi untuk menarik minat publik sasaran dalam berbagi informasi tentang program yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan. Perusahaan itu sendiri dalam berbagai bentuk, seperti Instagram biasanya disajikan dalam bentuk foto, *video*, dan *caption*. Untuk berkomunikasi secara efektif dengan audiensnya dan menumbuhkan interaksi, kepercayaan, dan saling pengertian sambil mengenal organisasi dan audiens yang bersangkutan. Samsat Rancaekek sendiri telah memiliki akun Instagram bernama @samsat.rancaekek, yang telah memiliki pengikut kurang lebih 3 ribu pengikut. Pembuatan Instagram ini menjadi bentuk *up to date*

lembaga dalam menginformasikan pesan kepada publik, adapun yang menjadi target publik utama pada akun Instagramnya yaitu mereka yang sudah wajib dalam membayar pajak.

## 2) *Optimize* (Mengoptimalkan)

Lembaga maupun organisasi harus memilih bahan apa yang akan diproduksi untuk mengoptimalkan khususnya di bidang ini. Hal ini dilakukan agar organisasi siap jika ada informasi yang kurang baik tentang organisasi. Tanggung jawab lembaga dalam situasi ini adalah untuk menyebarluaskan informasi atau pesan tentang suatu topik yang sedang diperdebatkan oleh publik, baik yang terkait langsung dengan organisasi atau tidak, tetapi tetap memberikan kesempatan untuk dilihat oleh publik di masa mendatang. Lembaga dapat memperoleh manfaat dari alat seperti media sosial, yang dapat membantu mereka mempelajari apa yang dikatakan publik tentang mereka, baik dalam hal kebijakan maupun program mereka, secara umum. Melalui pengoptimalan media sosial Samsat Rancaekek bisa dengan mudah untuk mengoperasikan akun sebagai media informasi yang memudahkan publik dalam melakukan pembayaran wajib pajak.

## 3) *Manage* (Mengeloa)

Secara khusus, organisasi harus mengelola komponen ini dengan mengawasi dan memahami berbagai tanggapan atau isu yang diangkat dan ditanggapi oleh publik, terutama yang berhubungan dengan penilaian publik terhadap organisasi. Isu Organisasi harus bereaksi dengan cepat dan tepat terhadap perkembangan pesat media sosial untuk menghentikan munculnya

atau penyebaran isu apa pun yang merusak reputasi mereka. Untuk mengatur bahkan menjawab pertanyaan publik, prosedur ini membutuhkan kontak yang bermakna yang dikembangkan oleh organisasi dengan publik. Perusahaan mungkin mendapat manfaat dari *platform dasbor* media sosial seperti *tweetdeck* dan *hootsuite*. Kedua, *platform* memungkinkan pengguna untuk mengikuti percakapan, berinteraksi dengan publik secara *real time*, mengirim pesan pribadi, memperbarui dan melacak publikasi yang sedang dibahas, serta melacak percakapan dan kesuksesan.

#### 4) *Engage* (Mengikutsertakan)

Komponen *engage* khusus menekankan pada proses membangun hubungan dengan publik melalui pembuatan konten yang menarik. Tujuan pembuatan konten adalah untuk menghibur *audiens* dan mendorong komunikasi. Sebuah lembaga dapat mengidentifikasi publik yang telah mereka jangkau dan mengukur seberapa efektif suatu pesan atau aktivitas disebarkan berdasarkan karakteristik publik. Keterlibatan organisasi dalam wacana publik menghadirkan kesulitan unik bagi organisasi dalam mencapai tujuan, mendefinisikan pengaruhnya di ruang publik, dan menyediakan cara untuk memasukkannya sehingga organisasi tidak bergerak maju dengan sendirinya.

Model Regina Luttrell dengan jelas menjelaskan proses pengelolaan media sosial yang terlihat pada keempat tahapan di atas, berdasarkan hal tersebut penelitian ini mengadopsi model tersebut. Salah satu lembaga yang bergerak di bidang pemungutan pajak adalah Samsat Rancaekek. Orang yang

menggunakan Instagram sebagai sumber informasi harus membayar pajak kepada pemerintah menjadi sasaran utama sehingga tidak diragukan lagi bahwa Instagram perlu dikelola agar aktivitas di akun seperti @samsat.rancaekek tetap terkendali dan terkini. Ini termasuk berbagi konten, mengoptimalkan perpesanan, mengelola interaksi, dan melibatkan *audiens*.

## 1.5.2 Landasan Konseptual

### 1.5.2.1 Pengelolaan

Istilah pengelolaan diterjemahkan sebagai "manajemen" dalam bahasa Inggris Indonesia. Septyami & Zuhri (2022: 4) menuliskan bahwa, manajemen berasal dari kata *manage*, yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti mengusahakan, menguasai, dan mengatur. Sedangkan gagasan manajemen mengacu pada pendekatan, proses, dan tindakan mengelola. Soekanto mendefinisikan manajemen sebagai suatu proses yang dimulai dengan perencanaan, pengaturan, pengawasan, penggerakan, dan realisasi tujuan.

Pengelolaan menjadi antisipasi kesalahan dari kegiatan yang sedang maupun akan dilakukan nantinya. Ramdhani (2021: 131) menuliskan bahwa, pengelolaan dilakukan oleh lembaga untuk memudahkan mereka dalam melakukan aktivitas- aktivitasnya. Tujuan pengelolaan ini yakni melakukan aktivitas- aktivitas yang akan atau sedang dilakukan untuk mencapai tujuan, karena dalam pengelolaan terdapat seperangkat kegiatan kerja sama yang dilakukan oleh mereka yang bertugas agar bisa menyelesaikan tugasnya secara efektif dan efisien.

Pengelolaan dalam penelitian ini dilakukan dalam konteks media sosial khususnya Instagram @samsat.rancaekek sebagai media informasi yang terkendali untuk pembayaran pajak Samsat Rancaekek. Struktur manajemen di Instagram dapat diaplikasikan dengan *The Circular Model of Communication* Regina Luttrell. Menurut Luttrell (2015:41) menuliskab bahwa dalam *The Circular Model of Some* membahas empat tahapan dalam mengelola media sosial, yaitu *share* (berbagi), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (mengikutsertakan).

Pusat Pengelolaan Pendapatan Daerah Wilayah I Jawa Barat, Samsat Rancaekek awalnya memiliki akun Instagram @samsat.rancaekek yang memiliki kurang dari 3.000 pengikut dan membagikan informasi wajib pajak kepada publik melalui total 1.174 unggahan. Proses pengelolaan Instagram @samsat.rancaekek diawali dengan membagikan (*share*). Kedua adalah optimalisasi, yaitu inisiatif Samsat Rancaekek untuk memberikan informasi yang terbaik kepada masyarakat tentang kewajiban perpajakan, yang memberikan peluang bagi organisasi pemerintah agar Samsat Rancaekek lebih dikenal melalui akun Instagramnya, @samsat.rancaekek.

Samsat Rancaekek dalam tahap ketiga yakni *manage* (mengelola) menciptakan interaksi dunia nyata melalui Instagram @samsat.rancaekek dengan membalas komentar pengguna dan mengadakan sesi tanya jawab di Instagram Story @samsat.ranaekek atau melalui komentar pada unggahan. Keempat yakni tahap *engage* (mengikutsertakan), dengan cara di mana Samsat Rancaekek menginformasikan kepada masyarakat melalui Instagram

@samsat.rancaekek untuk mengundang dan melibatkan mereka dalam berbagai kegiatan yang diadakan seperti wajib pajak, perpanjangan SIM, dan kegiatan kompensasi yang biasanya direncanakan bekerja sama dengan masyarakat atau lembaga lain. Samsat Rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak dapat mengelola Instagram @samsat.rancaekek menggunakan tata cara tahapan ini sebagai panduan.

### 1.5.2.2 Instagram

Instagram merupakan salah satu dari banyaknya aplikasi media sosial yang digunakan untuk membagikan foto maupun video, dan *caption*. Ardiansah & Maharani (2020: 26-27) menuliskan bahwa adapun fitur-fitur pada Instagram yaitu sebagai berikut:

#### 1) Pengikut atau *Followers*

Instagram menciptakan sistem sosial dengan cara mengadakan sistem untuk mengikuti akun, di mana akun yang ada di Instagram nantinya dapat saling mengikuti akun-akun lain dan kemudian dapat berinteraksi. Pada *home page* Instagram @samsat.rancaekek sudah memiliki pengikut kurang lebih 3 ribu *followers*.

#### 2) Mengunggah Foto atau Video

Instagram memiliki kekuatan melalui gambar yang diunggah namun memang fitur ini dimiliki oleh semua media sosial, namun dalam hal ini Instagram menyediakan fitur tambahan berupa fitur efek pada kameranya sehingga dapat memperindah foto maupun video melalui fitur kamera ataupun langsung dari folder gawai. Samsat Rancaekek dalam akun

Instagramnya lebih banyak mengunggah foto maupun video yang berisikan informasi jadwal bayar pajak dan lokasi yang bisa dilakukan pembayaran pajak dan berfokus pada unggahan yang sifatnya laporan dari publik internal atau lembaga kepada masyarakat terkait pajak.

3) Arroba (@)

Arroba atau yang direpresentasikan dengan tanda (@) merupakan fitur yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan pengguna lainnya dengan menggunakan tanda (@) yang diikuti nama dari akun Instagram pengguna yang dituju. Samsat Rancaekek dalam Instagramnya, @samsat.rancaekek kerap kali memberikan arroba kepada akun-akun dinas yang terkait serta kepada tokoh-tokoh yang terlibat dalam program kegiatan yang diinformasikan dalam unggahan tersebut, seperti @deditaufik\_, @bapenda.jabar, dan @porlestabandung.

4) Label Foto atau *Hashtag*

*Hashtag* dapat digunakan untuk memudahkan para pengguna mencari foto atau video yang menggunakan label yang sama dengan kata kunci yang sedang dicari. Pada akun Instagram @samsat.rancaekek ketika kita menuliskan #samsatrancaekek ada kurang lebih 500 postingan yang terdapat pada Instagram, namun memang dalam akun Instagramnya sendiri Samsat Rancaekek jarang menggunakan *hashtag* dalam unggahannya.

5) Tanda Suka dan Komentar

Tanda suka atau *love* atau *like* di Instagram merupakan salah satu fitur untuk berinteraksi yang ditandai dengan pemberian tanda sebagai



tanda bhawa pengguna lain menyukai foto atau video yang telah diunggah. pada fitur ini Samsat Rancaekek terlihat cukup aktif untuk membalas komentar- komentar yang diunggah oleh pengikutnya sebagai bentuk interaksi, dan pada setiap unggahannya selalu terdapat tanda disukai.

6) Pencarian atau *Search*

Fitur ini digunakan untuk melakukan pencarian terhadap akun sesama pengguna Instagram lainnya, atau bisa juga untuk pencarian foto maupun video yang menggunakan kata kunci atau *hashtag*. Pada saat menuliskan Samsat Rancaekek lebih dominan muncul foto yang berisikan informasi seputar wajib bayar pajak yang diunggah oleh Samsat Rancaekek dan akun Samsat Rancaekek otomatis muncul pada hasil pencarian.

7) *Direct Message*

Merupakan fitur mengirimkan pesan secara langsung kepada pengguna lain secara pribadi. Dalam hal ini pengguna lain bisa secara langsung melakukan interaksi dengan Samsat Rancaekek bahkan dalam *profile* Samsat Rancaekek mencantumkan nomor yang bisa dihubungi secara langsung.

8) *Instastories*

Merupakan fitur yang terinspirasi dari aplikasi *snapchat*, di mana pengguna dapat berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya dengan filter yang lucu maupun melakukan QnA, *polling*, *boomerang*, dan lainnya yang hanya dapat ditayangkan selama 24 jam saja. Pada

kegiatannya fitur ini digunakan apabila terdapat informasi kegiatan terbaru yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek.

Instagram adalah platform jejaring sosial yang menawarkan banyak opsi untuk berbagi gambar dan video, banyak di antaranya diperbarui secara berkala. Pengguna Instagram memiliki kemampuan untuk mempublikasikan berbagai detail tentang konten yang diposting, seperti Samsat Rancaekek yang menggunakan akun @samsat.rancaekek untuk menginformasikan kepada publik tentang wajib pajak.

### 1.5.2.3 Media Informasi

Media informasi merupakan alat untuk mengumpulkan dan mengatur informasi yang akan bernilai bagi penerima informasi. Saurik, Purwanto, & Hadikusuma (2019: 2) menuliskan bahwa media informasi berisikan kiriman untuk komponen strategi yang dapat digunakan untuk mengirimkan pesan kepada siswa termasuk orang, bahan, dan peralatan, alat-alat grafis, fotografi, atau secara elektronik untuk merekam, memproses, dan meninjau informasi visual adalah bagaimana istilah informasi media didefinisikan. Jenis informasi media harus ditransmisikan secara efektif ke *audiens* yang dituju agar bermanfaat bagi pencipta dan penerima informasi.

## 1.6 Langkah- langkah Penelitian

### 1.6.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Sasat Rancaekek yang berlokasi di Jl. KH A Syadili No. 66 Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Samsat Rancaekek menjadi salah satu lembaga yang aktif dalam mengelola

media sosial Instagram khususnya untuk sarana komunikasi, tanggap dalam merespon pertanyaan dari masyarakat, selain itu mereka pun seringkali melakukan kegiatan kolaborasi dengan lembaga lainnya seperti PT. Jasa Rahaja, Radio K-Lite 107.1 FM Bandung, dan mereka pun aktif dalam beberapa kegiatan lainnya baik untuk internal maupun eksternal dan semua itu memiliki laporannya yang diunggah dalam akun Instagram @samsat.rancaekek.

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan**

Penelitian ini menggunakan metode paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme berpendapat bahwa perbedaan individu dalam pengetahuan, pengalaman, dan konteks sosial mengarah pada konstruksi realitas sosial oleh masing-masing individu. Ardianto (2014: 154) berpendapat bahwa konstruktivisme akan mempengaruhi bagaimana pengetahuan dikonseptualisasikan karena mengetahui adalah proses penerimaan informasi yang berkelanjutan melalui kognisi dan komunikasi. Menurut konstruktivisme, tidak mungkin untuk menggeneralisasi satu orang karena realitas sosial yang tercipta akan berbeda tergantung pada setiap orang yang berpartisipasi. Konstruktivisme dapat diciptakan melalui penggunaan gaya berpikir manusia dalam rangka memahami dan memaknai perilaku yang sedang dilakukan. Paradigma konstruktivisme ini digunakan karena data mengenai proses pengelolaan Instagram @samsat.rancaekek akan dikonstruksikan sebagaimana yang dialami oleh Samsat Rancaekek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretatif. Dalam memahami makna sosial. Setiajaton, Damayanti, & Bramatoro (2018: 19) menunjukkan terkait bagaimana metode interpretatif memandang setiap realitas sebagai berbeda dan memiliki makna tersendiri. Strategi interpretatif ini digunakan karena data diperoleh dari wawancara informan dan informasi pendukung terkait lainnya yang akan dipaparkan dan diinterpretasikan dari sudut pandang Samsat Rancaekek selaku pengelola akun Instagram @samsat.rancaekek.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Rukin (2019:6), pendekatan kualitatif adalah penelitian yang mencakup analisis untuk mengungkap kebenaran kejadian di lapangan. Pendekatan kualitatif dipilih karena keadaan yang melibatkan pengoperasian pengendalian Instagram, ini digunakan oleh Samsat Rancaekek pada @samsat.rancaekek sebagai media informasi wajib bayar pajak akan diuraikan secara mendalam apa adanya sesuai fakta yang ditemukan saat di lapangan.

### **1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data**

#### **1.6.4.1 Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data yang sama yaitu data kualitatif. Jenis data yang dideskripsikan dengan kata-kata disebut sebagai data kualitatif. Materi kualitatif dalam penelitian ini berkaitan dengan

bagaimana Samsat Rancaekek menggunakan Instagram sebagai *platform* untuk menyebarkan informasi tentang wajib bayar pajak.

#### **1.6.4.2 Sumber Data**

##### **1) Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan objek penelitian. Menurut Umar (2008: 56) menjelaskan data primer yang diperoleh langsung di lapangan untuk menjadi data utama dalam penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah informan Samsat Rancaekek.

##### **2) Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder, yang meliputi literatur ilmiah, profil perusahaan, informasi tentang struktur organisasi lembaga, dan situs web sebagai informasi tambahan selain data inti, juga membantu proses penelitian. Sugiyono (2005: 62) membahas data sekunder dalam literatur yang mendukung sumber data primer, seperti buku, jurnal, tesis, dan sumber ilmiah lain yang berkaitan dengan masalah penelitian. Buku dan publikasi tentang pengelolaan Instagram serta website resmi Samsat Rancaekek digunakan sebagai sumber data sekunder dalam penelitian ini.

#### **1.6.5 Informan Penelitian**

Informan yang dipilih ada penelitian ini sebanyak 3 informan meliputi kordinator bidang pengolahan data dan klasifikasi informasi sebagai informan utama dan kordinator bidang lainnya yang paham mengenai pengelolaan Instagram sebagai dua informan pendukung. Pemilihan tersebut didasarkan

atas pertimbangan dapat memberikan informasi secara lengkap dan akurat dari sudut pandang embaga sebagai pengelola instagram @samsat.rancaekek dalam menyebarkan informasi wajib bayar pajak

Tidak ada aturan yang mengatur jumlah informan dalam penelitian kualitatif. Menurut Garcia (2021:20), informan untuk penelitian kualitatif dapat berkisar dari jumlah kecil hingga jumlah besar, tergantung pada seberapa baik informan dipilih dalam kaitannya dengan fenomena sosial yang diselidiki. Dengan demikian, anggota atau tim yang memegang Instagram @samsat.rancaekek yang dipilih sebagai informan dapat dikurangi, ditambah, maupun diubah saat penelitian berlangsung tergantung pada kelengkapan dan kesesuaian informasi yang didapatkan.

## **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

### **1.6.6.1 Wawancara**

Wawancara penelitian ini dikaitkan dengan berbagai detail tentang bagaimana Instagram @samsat.rancaekek dikelola sebagai platform pelaporan pajak. Informan dari Samsat Rancaekek diwawancarai. Proses wawancara dilakukan secara terbuka dan menyeluruh, dan beberapa informasi yang diketahui mengenai pengelolaan akun Instagram @samsat.rancaekek akan dikuatkan oleh narasumber Samsat Rancaekek. Melalui informan, wawancara ini bermaksud untuk mengumpulkan data untuk penelitian, mempelajari lebih dalam tentang permasalahan yang diteliti, dan mengungkap berbagai macam hasil di lapangan sehingga data yang terkumpul lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

### 1.6.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi penelitian berupa data yang tersimpan pada media informasi yang emuat data terkait Samsat Rancaekek seperti Instagam maupun *website* Samsat Rancaekek [bapenda.jabarprov.go.id](http://bapenda.jabarprov.go.id), gambar dan video pada Instagram @samsat.rancaekek. dokumentasi dilakukan bertujuan untuk mendapatkan penjelasan pendukung dan bukti yang kua mengenai pengelolaan Instagram @samsat.rancaekek oleh Samsat Rancaekek agar lebih terpercaya.

### 1.6.7 Analisis Data

Proses menganalisis data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Menurut Moleong (2017: 280), proses analisis data mencakup pengorganisasian, penyajian, dan pengujian data selain menarik kesimpulan. Moleong (2017: 252) menuliskan bahwa, proses mengumpulkan data berdasarkan kelompok ide, intuisi, pendapat, atau kriteria tertentu dikenal sebagai pengorganisasian atau pengkategorian data.

Kategorisasi data dalam penelitian ini adalah mengorganisasikan informasi temuan lapangan dari informan Samsat Rancaekek sesuai dengan fokus kajian, dengan maksud untuk memberikan pemahaman yang sistematis tentang data dan menunjukkan sejauh mana data telah dikumpulkan sesuai dengan kategori yang dibuat. Data tersebut akan diberikan dan dievaluasi untuk memberikan gambaran yang jelas tentang pengelolaan Instagram Samsat Rancaekek, dan data akan diuji menggunakan teknik triangulasi untuk mengetahui kelengkapan data. Proses analisis selesai Informasi ini dapat

memberikan gambaran segar tentang administrasi Instagram Samsat Rancaekek sebagai media wajib membayar pajak.

Metode Miles dan Huberman digunakan dalam penelitian dan tahapan pertama yakni melakukan *display data* dari sumber data merupakan tahap awal dalam proses penelitian. Penyajian data kualitatif biasanya dilakukan dengan teks yang bersifat naratif, matriks, grafik, bagan, dan jaringan sebagaimana menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2017: 249). *Display data* dalam penelitian ini berfokus pada penyusunan naratif dan penyajian informasi yang terkumpul pada manajemen Instagram Samsat Rancaekek. Data tampilan mencoba menawarkan ringkasan sederhana untuk memahami temuan penelitian dan membantu dalam mencapai keputusan.

Penelitian ini dalam analisis data menggunakan metode keabsahan data triangulasi. Triangulasi menurut Sugiyono (2017:273) adalah metode penilaian keandalan data dengan mereferensikan antara informasi yang diperoleh dengan berbagai sumber yang didapat. Dalam penelitian ini, strategi yang digunakan dengan metodologi triangulasi melalui kegiatan wawancara dan dokumentasi dari Samsat Rancaekek digunakan sebagai bagian dari triangulasi yang diarahkan dengan membandingkan prosedur pengumpulan data. Untuk menjamin validitas dan kelengkapan data yang dikumpulkan untuk penyelidikan ini, digunakan metode triangulasi.

Tahap akhir dalam proses analisis data adalah membuat kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan dan dirangkai. Dalam Sugiyono (2017:252), Miles dan Huberman menjelaskan kesimpulan bahwa paparan







n													
Analisis dan Pengolah an Data													
Penulisa n Skripsi													
<b>4. Tahap Keempat: Sidang Skripsi</b>													
Sidang Skripsi													
Revisi Sidang Skripsi													