

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah bagian yang terpenting untuk keberlangsungan penelitian yang di lakukan, karena memiliki fungsi sebagai acuan dan pembanding untuk mengetahui dan mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan penelitian yang sedang dilakukan agar hasil penelitian lebih komprehensif. Penelitian terdahulu memiliki keterkaitan dan relevansi dengan topik penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini terdapat lima penelitian terdahulu yang menjadi acuan, yaitu:

1. Andi Reskia Nur Hidayah & Ardiensyah dengan judul *"Pengaruh Kesadaran Pajak Terhadap Pembayaran Pajak STNK di Kecamatan Penakkukang Kota Makassar"* Tahun 2025.
2. Lubis dengan judul *"Strategi Komunikasi Samsat Medan Utara dalam Mensosialisasikan Program Mandiri Ketuk Pintu Bagi Masyarakat Penunggak Pajak Kendaraan."* Tahun 2023.
3. Zurni Hanum dan Novi Silvia Sari dengan judul *"Pengaruh Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor, Pembebasan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor Pada UPT Samsat Kabanjahe"* Tahun 2023.
4. Syafruddin Pohan, Rossica Ivana dan Finny Kurniasih dengan judul *"Sistem E-Samsat Sumatra Utara Bermartabat: Sebuah Inovasi Untuk Meningkatkan Pelayanan Publik"*. Tahun 2023.

5. Risma Afifah dan Tukiman dengan judul "*Implementasi Program ESamsat Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Tahunan*". Tahun 2024.

Berikut tabel Penelitian Terdahulu yang relevan yang menjadikan acuan dalam topik penelitian ini:

**Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul /Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Teori yang Digunakan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Andi Reskia Nur Hidayah dan Ardiensyah	Pengaruh Kesadaran Pajak Terhadap Pembayaran STNK di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar. Tahun 2025	Kualitatif	Teori Komunikasi Laswell	Pada peneltian ini terdapat minima informasi oleh masyarakat dan faktor ekonomi yang mempengaruhi keputusan akan taat pada wajib pajak dan bagaimana peran penting strategi komunikasi publik melalui soial	Penelitian ini sama – sama meneliti tentang penekanan tentang bagaimana strategi komunikasi publik dalam hal meningkatkan kesadaran masyarakat akan membayar pajak.	Pada penelitian ini hanya berfokus kepada tingkat kesadaran masyarakat pada pajak STNK tahunan, sedangkan pada penelitian yang sedang berlangsung berfokus kepada bagaimana strategi

					media dan sistem pemberitaan langsung.		komunikasi Samsat koda Padang dalam mensosialisakan program pemutihan pajak.
--	--	--	--	--	--	--	--

2	Lubis	Strategi Komunikasi Samsat Medan Utara dalam Mensosialisasikan Program Mandiri Ketuk Pintu Bagi Masyarakat Penunggak Pajak Kendaraan	Kualitatif Deskriptif	Teori Strategi Komunikasi	Hasil dari penelitian ini terdapat strategi komunikasi yang menggunakan teknik komunikasi langsung, menjalin kerja sama dengan kepolisian, dan efektif dalam mensosialisasikan	Pada penelitian ini sama – sama meneliti mengenai strategi komunikasi Samsat pada program perpajakan kendaraan.	Pada penelitian ini berfokus kan kepada program ketuk pintu untuk para masyarakat yang tidak taat dalam membayar pajak, sedangkan pada penelitian yang sedang berlangsung berfokus tentang
---	-------	--	-----------------------	---------------------------	--	---	--

					program kepada masyarakat		bagaimana teknik dan strategi komunikasi pada program pemutihan pajak di kota Padang.
--	--	--	--	--	---------------------------	--	---

3	Zurni Hanum dan Novi Silvia Sari	Pengaruh Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor, Pembebasan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap	Kuantitatif dengan metode survei	Teori Komunikasi Publik	Hasil dari penelitian ini yaitu bagaimana sosialisasi dalam perpajakan yang berpengaruh baik kepada penerimaan pajak kendaraan bermotor.	Pada penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang di lakukan yaitu sama-sama meneliti tentang program pemutihan pajak dan bagaimana cara	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mengukur tentang pengaruh terhadap penerimaan pajak, sedang kan pada penelitian yang sedang di lakukan menggunakan
---	---	--	---	-------------------------------	---	--	---

		Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor Pada UPT Samsat Kabanjahe/ Tahun 2023.				mensosialisasikannya.	metode kualitatif yang ber fokuskan tentang bagaimana strategi komunikasi yang digunakan dalam program pemutihan pajak.
--	--	---	--	--	--	-----------------------	---

4	Syafuruddin Pohan, Rossica Ivana dan Finny Kurniasih	Sistem E-Samsat Sumatra Utara Bermartabat: Sebuah Inovasi Untuk Meningkatkan Pelayanan Publik/ Tahun 2023	Kualitatif Deskriptif	Teori Difusi Inovasi	Hasil dari penelitian ini adalah tentang program E-Samsat Sumatra Utara Bermartabat memiliki keunggulan mengenai	Pada penelitian ini sama- sama meneliti tentang bagaimana sebuah inovasi sangat penting dalam mensosialisasikan program yang	Pada penelitian ini berfokus kepada E-Samsat dalam pelayanan publiknya. Sedangkan pada penelitian yang sedang berlangsung
---	--	---	-----------------------	----------------------	--	--	---

					<p>kemudahan, kecepatan dan tentang bagaimana akurasi mengenai pembayaran PKB. Pada penelitian ini terdapat kendala yaitu tidak meratanya jaringan internet sehingga masyarakat kesulitan mengakses informasi.</p>	<p>dilaksanakan oleh Samsat.</p>	<p>berfokus kepada bagaimana cara Samsat Kota Padang dalam mensosialisasikan program pemutihan pajak.</p>
--	--	--	--	--	--	----------------------------------	---

5	Risma Afifah dan Tukiman	Implementasi Program ESamsat Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Tahunan/ Tahun 2024.	Kualitatif	Teori kebijakan publik oleh Thomas R. Dye	Hasil dari penelitian ini adalah tentang program E-Samsat dapat diterima sangat baik oleh para masyarakat dan dalam implementasinya perlu meningkatkan pelatihan para staf dan aktif mensosialisasikan kepada para masyarakat.	Pada penelitian sama-sama meneliti tentang sebuah program inovasi oleh Samsat dan pentingnya strategi komunikasi dalam mensosialisasikannya, kepada masyarakat.	Pada penelitian ini berfokus kepada implementasi mengenai inovasi teknologi. Sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan berfokus kepada teknik strategi komunikasi Samsat kota Padang pada program pemutihan pajak.
---	--------------------------	--	------------	---	--	---	--

Sumber: Olahan Peneliti Tahun 2020

## 2.2 Kerangka Konseptual

### 2.2.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan dalam mencapai suatu tujuan tertentu dalam berkomunikasi. Dalam strategi komunikasi memerlukan suatu manajemen yang baik di dalamnya, karena strategi komunikasi merupakan suatu teknik tentang bagaimana suatu proses komunikasi yang berlangsung baik dan mendapatkan *feedback* yang sesuai dengan target komunikasi. Pada hakikatnya strategi komunikasi adalah teknik yang paling utama dalam proses penyampaian pesan yang akan di lakukan kepada khalayak. Agar khalayak dapat ikut serta dalam pesan yang di sampaikan oleh seseorang, maka strategi komunikasi adalah hal yang harus dipahami oleh seseorang agar pesan yang dia sampaikan menjangkau para khalayak. (Wiryaningrum et al., 2022)

Pada dasarnya strategi komunikasi juga disebut sebagai teknik dalam berkomunikasi, dalam bahasa Yunani yaitu "*technicos*" yang artinya adalah keterampilan. Dalam strategi komunikasi keterampilan adalah kekuatan paling utama yang di gunakan oleh komunikator agar pesan-pesan yang hendak di sampaikan dapat dipahami oleh *audiens*. Keterampilan ini mencakup bagaimana teknik berbicara yang di lakukan oleh komunikator, dengan adanya suatu teknik berbicara yang baik dan bahasa yang di gunakan dalam penyampaian pesan dapat diterima oleh *audiens* dengan baik sesuai targetnya. Jadi, dalam strategi komunikasi ini diperlukan teknik keterampilan dalam berbicara yang baik dan menarik bagi *audiens* (Sari, 2021)

### 2.2.2 Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah suatu proses komunikasi yang biasanya dilakukan oleh komunikator kepada banyak orang. Biasanya pemerintah atau organisasi publik sering melakukan komunikasi publik kepada masyarakat luas. Komunikasi publik ini mencakup hal yang besar, karena penyebaran informasinya menyebar luas kepada para publik. Di sini komunikasi publik biasanya sering dilakukan dan disebarkan melalui media sosial, karena media sosial merupakan akses yang paling mudah dijangkau oleh para khalayak bahkan bisa mencari dan menyampaikan informasi dalam lingkup internasional. Hal inilah yang menjadikan komunikasi publik suatu proses penyebaran informasi kepada masyarakat secara luas. (Sari, 2022)

Menurut DeFlur dalam (Mucharam, 2022), komunikasi publik memiliki proses komunikasi massa yang memiliki fungsi:

1. Pengawasan (*Surveillance*), pada bagian ini berfungsi untuk memberikan pengawasan untuk menjaga mengenai informasi yang akan disebarkan kepada publik. Pengawasan ini dilakukan pada pengumpulan juga pada penyampaian sebuah informasi agar pesan-pesan yang disebarkan telah sesuai dan benar keakuratannya.
2. Penyebaran nilai-nilai (*Transmission of value*), pada bagian ini berfungsi sebagai penerapan nilai moral pada sebuah informasi yang akan disebarkan kepada publik. Bahwasanya informasi yang akan didengar, dibaca dan ditonton oleh masyarakat akan dicerna oleh semua kalangan masyarakat.

3. Pertalian (*Linkage*), pada proses ini bagaimana teknik komunikasi publik dapat menyatukan berbagai masyarakat. Pada komunikasi publik ini *Linkage* sangat penting agar keberlangsungan proses penyebaran informasi dapat berlangsung cepat dan sangat baik.
4. Penafsiran (*Interpretation*), pada bagian ini berfungsi sebagai bahwasanya informasi yang di sebar luaskan berguna sebagai acuan untuk memperluas wawasan dan kesadaran masyarakat. (Mucharam, 2022)

## **2.3 Kerangka Teoritis**

### **2.3.1 Teori Difusi Inovasi**

Teori ini di kembangkan oleh Everett M.Rogers tahun 1962, teori ini menjadi sebuah teori yang sangat berpengaruh di dalam bidang komunikasi. Teori difusi inovasi mendefinisikan sebagaimana teori mengembangkan ide-ide yang membantu individu menjelaskan bagaimana suatu peristiwa dapat terjadi, atau menjelaskan bagaimana suatu fenomena. Difusi juga di artikan sebagai suatu proses di mana sebuah inovasi dapat di komunikasikan atau dapat di sampaikan melalui dua saluran yaitu saluran media massa dan saluran interpersonal. (Candra, 2022)

Everett M.Rogers mengemukakan empat bagian dari proses teori difusi inovasi, yaitu sebagai berikut:

1. Inovasi, merupakan suatu ide atau sebuah gagasan yang baru bagi suatu individu atau sebuah kelompok. Inovasi merupakan hal baru yang dicetuskan dan dapat membuat ketertarikan dalam masing-masing sudut pandang individu

lainya. Samsat Padang menjalankan program pemutihan pajak ini merupakan sebuah ide atau inovasi yang dikeluarkan oleh kebijakan pemerintahan sebagai bentuk keringanan dalam penunggakan pajak kendaraan masyarakat.

2. *Communication channels*, atau di sebut sebagai saluran komunikasi yang berguna sebagai sebuah alat untuk menyampaikan suatu pesan dan informasi kepada individu atau kelompok lainya. Terdapat dua jenis saluran komunikasi, yaitu saluran media massa dan saluran interpersonal. Saluran media massa yaitu merupakan penyebaran melalu berbagai media dan saluran interpersonal yaitu meliputi penyebaran informasi dari suatu individu kepada individu lainya. Strategi komunikasi Samsat Padang merupakan sebuah saluran komunikasi yang akan menghubungkan dengan masyarakat.
3. Waktu, dalam proses difusi inovasi waktu memiliki peran yang sangat penting, karena waktu sangat berpengaruh pada proses keputusan sebuah inovasi yaitu untuk mengetahui seberapa banyaknya orang yang menerima dan bahkan menolak sebuah inovasi tersebut. Setiap tahun Samsat Padang menyelenggarakan program pemutihan pajak ini dan selalu mensosialisasikan kepada masyarakat agar masyarakat dapat sadar akan wajib pajak dan ikut berpartisipasi.
4. Sistem sosial, merupakan masyarakat luas kota Padang yang akan ikut serta berpartisipasi pada p. Pada hal ini difusi inovasi akan terstruktur dengan sistem sosial yang baik yang akan menjadi keberlangsungan utama dari inovasi tersebut. (Hendrayani, 2022)

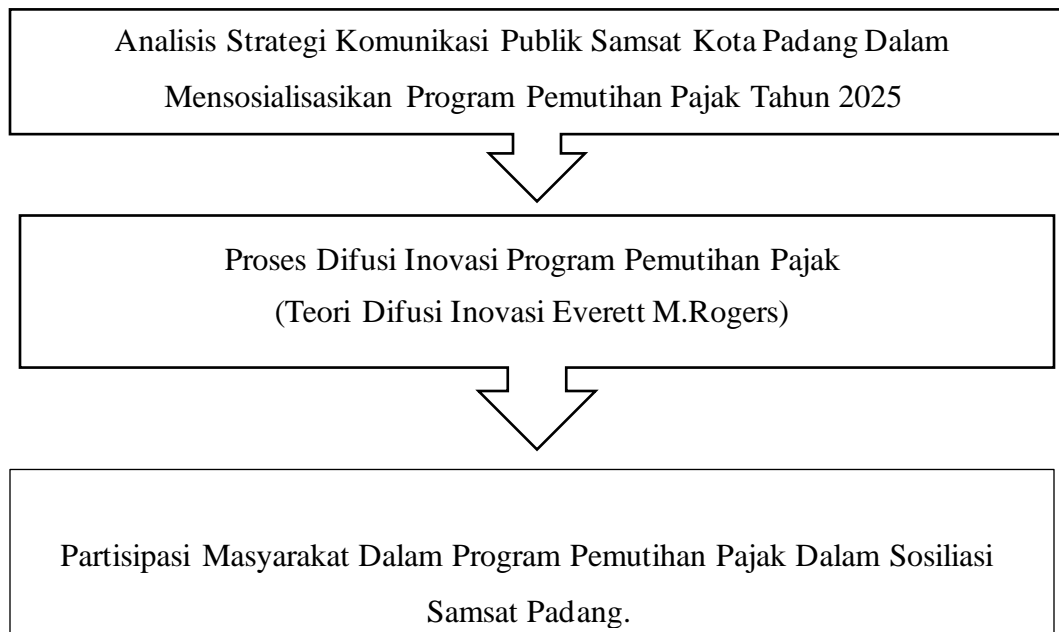
## **2.4 Kerangka Pemikiran**

Pada penelitian ini, masalah yang sedang di kaji yaitu bagaimana strategi komunikasi publik Samsat kota Padang dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat pada program pemutihan pajak. Karena masih rendahnya angka partisipasi masyarakat pada program yang di laksanakan pemerintah guna meringankan kewajiban membayar pajak, mungkin disebabkan karena adanya beberapa faktor yaitu kurangnya informasi dan juga kurangnya sosialisasi mengenai program pemutihan pajak ini.

Berdasarkan dari teori difusi inovasi oleh Everett Rogers, bahwa program pemutihan pajak ini sebagai suatu inovasi yang memberikan kebijakan yang sangat perlu di publik dan di sebar luaskan kepada masyarakat. Keberhasilan dari difusi inovasi ini juga sangat berpengaruh dan bergantung pada bagaimana proses strategi komunikasi yang di laksanakan dan dirancang oleh Samsat kota Padang. Melalui strategi komunikasi yang sudah di susun berdasarkan prinsip-prinsip difusi inovasi dapat di harapkan informasi mengenai program pemutihan pajak dapat ter publik dan di mudah di jangkau oleh masyarakat. Tingkat partisipasi masyarakat merupakan hal yang diharapkan dari proses difusi inovasi, semakin efektif strategi komunikasi publik Samsat maka akan semakin meningkat partisipasi masyarakat pada program ini.

Berikut merupakan bagian kerangka pemikiran yang menggambarkan bagaimana proses difusi inovasi dalam strategi komunikasi publik Samsat kota Padang dalam mensosialisasikan program pemutihan pajak, sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran**



Sumber: Olahan peneliti,2025