

BAB III

ANALISIS PERAN HUMAS KANTOR WILAYAH DIREKTORAT JENDRAL PAJAK JAWA TENGAH I DALAM PENGELOLAAN MEDIA KOMUNIKASI

Pada bab III ini akan membahas mengenai analisa dan pembahasan penelitian, akan dijelaskan lebih mendalam lagi mengenai peran humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I dalam mengelola media sosial guna pengelolaan media komunikasi. Dari hasil penelitian yang diperoleh akan dikaitkan dengan teori-teori kehumasan yang ada.

Pembahasan ini nantinya akan difokuskan pada empat peranan *public relations* menurut Dozier and Broom seperti telah di deskripsikan dalam BAB I yaitu :

1. Penasehat ahli (*Expert prescriber*)
2. Fasilitator komunikasi (*Communication fasilitator*)
3. Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem solving process fasilitator*)
4. Teknisi komunikasi (*Communication technisian*)

Media sosial kini telah menjadi media yang efektif dalam penyebaran informasi. Hal ini juga dilakukan humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral I untuk menginformasikan dan mempromosikan Kantor Wilayah Direktorat Jendral I kepada masyarakat.

Kegiatan ini terkoordinasi dengan baik, walaupun ada beberapa kendala yang dihadapi. Berikut ini merupakan pembahasan mengenai peran humas berdasarkan temuan penelitian :

3.1 Penasehat Ahli (*Expert prescriber*)

Kegiatan mendiagnosa masalah-masalah PR, merencanakan dan merekomendasi tindakan yang harus dilakukakan telah dilakukan oleh Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I. Sesuai dengan peraturan Kepala Kanwil DJP Jawa Tengah I, humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I memiliki tugas pokok dan

fungsi humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I yaitu melakukan dokumentasi, komunikasi internal dan eksternal. Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I telah melakukan peran penasehat ahli, dimana humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I memberikan masukan kepada rektor dalam menyelesaikan suatu krisis dengan mengubah *bad news* menjadi *good news*.

Meski terdapat beberapa kendala internal seperti ketika Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I berupaya mengubah berita yang negatif menjadi positif, pihak manajemen kurang menyetujui hal tersebut karena dikhawatirkan akan menyebabkan citra yang buruk pada instansi jika berita tersebut dipublikasikan.

Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I sebagai penasehat ahli juga telah melakukan rapat internal yang membahas evaluasi media sosial. Dari rapat tersebut menghasilkan beberapa hal yang perlu dibenahi dalam media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I yaitu konten, perlunya penambahan logo atau ikon pada setiap dokumentasi yang diunggah pada media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I, jumlah *likes* dan *followers* yang sedikit. Hasil dari evaluasi tersebut akan dikonsultasikan dahulu kepada Rossy selaku Kepala Bidang sebelum direalisasikan.

Tabel 3.1 Data Analisis Twitter Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I

Indikator Twitter (Desember 2018 – Juli 2019)	Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I
Followers Ratio	1.894
Tweet Volume	3.925
Retweet Ratio	5
Likes	2

Sumber : Twitter Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I

Bedasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa data analisis Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I mengalami peningkatan followers, tweet, retweet dan likes dalam satu tahun periode Desember 2018-Juli 2019.

Tabel Data 3.2 Analisis Instagram Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I

Indikator Instagram (Desember 2018 – Juli 2019)	Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I
Followers Ratio	3.076
Likes	1.283
Post Volume	763
Hastag Ratio	200

Sumber : Instagram Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I

Bedasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa data analisis Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I mengalami peningkatan followers, likes, post, dan hastag dalam satu tahun periode Desember 2018-Juli 2019.

Tabel Data 3.3 Analisis Facebook Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I

Indikator Facebook (Desember 2018 – Juli 2019)	Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I
Followers Ratio	13.364
Likes	13.311
Post Volume	2.345
Hastag Ratio	1

Sumber : Facebook Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I

Bedasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa data analisis Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I mengalami peningkatan followers, likes, post, dan hastag dalam satu tahun periode Desember 2018-Juli 2019.

Tabel Data 3.4 Analisis Youtube Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I

Indikator Youtube (Desember 2018 – Juli 2019)	Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I
Subscriber	625
Likes	14
Viewers	493
Video Ratio	43

Sumber : Youtube Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I

Bedasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa data analisis Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I mengalami peningkatan *subscriber, likes, viewers*, dan video dalam satu tahun periode Desember 2018-Juli 2019.

Selain itu, humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I telah melakukan kegiatan membuat kebijakan komunikasi. Alur koordinasi yang diterapkan di humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I dalam mengelola media sosial yaitu koordinasi vertikal. Dimana Kepala Bidang P2 Humas dan Media dapat memberikan arahan langsung kepada staff dan tidak melalui Kasi P2 Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I. Namun staff P2 Humas dan Media tetap melakukan koordinasi terlebih dahulu kepada Kasi kerjasama dan humas jika ingin menyampaikan ide atau gagasan dan kemudian Kasi kerjasama dan humas menyampaikan kepada Kepala Bidang P2 Humas dan Media.

Dari hasil data tersebut, selama ini Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I telah membuat kebijakan komunikasi, mendiagnosa masalah-masalah PR, merencanakan dan merekomendasi tindakan yang harus dilakukakan. Hal tersebut dilihat dari yang telah dilakukan humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I yaitu memberikan masukan kepada kepala kantor dalam menyelesaikan suatu krisis dengan mengubah *bad news* menjadi *good news* dan memberikan saran kepada Rektor mengenai evaluasi konten dan penambahan ikon atau logo pada setiap dokumentasi yang diunggah di media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I, serta melakukan koordinasi dengan internal P2 Humas dan Media Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I. Jika humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I telah mendapatkan izin dari Kepala Kantor, maka saran tersebut dapat direalisasikan. Upaya yang dilakukan humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I sudah optimal dalam menjalankan peran humas sebagai penasehat ahli.

3.2 Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I bersedia menanggapi kritik dan saran yang diberikan publiknya melalui media sosial. Sejauh ini ada beberapa kritik yang masuk ke media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I, akan tetapi humas Kantor Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I tidak menutup diri dari kritik jika hal tersebut dapat membangun dan memberikan nilai tambah kepada Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I, terutama dalam masalah tampilan media sosial.

Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I juga bersedia mendengarkan keinginan masyarakat yang disampaikan melalui media sosial. Saran yang masuk ke media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I akan dipertimbangkan untuk dilaksanakan namun tetap disesuaikan dengan kebijakan yang ada. Saran tersebut dapat menjadi

pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Salah satu contoh saran yang masuk yaitu mengenai konten media sosial yang terlalu kaku. Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I berencana untuk menampilkan konten-konten yang bersifat humanis. Begitu pula dengan memberikan respon terhadap pertanyaan yang masuk ke media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I. Hal ini membutuhkan koordinasi dengan unit lain agar tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Namun dalam menjawab pertanyaan yang masuk ke media sosial, staff P2 Humas dan Media memiliki suatu kendala yaitu menjawab pertanyaan dengan tanggap dan cepat. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, ada beberapa pertanyaan yang membutuhkan koordinasi dengan unit-unit yang bersangkutan dengan hal yang ditanyakan. Sepanjang humas tidak menguasai secara detail dan teknis, humas akan menyerahkan kepada unit-unit yang menangani untuk menjelaskan hal tersebut.

Selain itu, Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I berupaya untuk memberikan berita-berita terbaru mengenai kegiatan Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I melalui media sosial yang bertujuan agar publik memperoleh informasi terbaru yang berkaitan dengan Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I. Untuk mendapatkan informasi terbaru, Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I melakukan peliputan acara yang ada di lingkungan Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I. Dapat dikatakan bahwa Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I telah mewakili organisasi dalam suatu acara.

Dari hasil penelitian tersebut, bagaimana humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I sebagai fasilitator komunikasi belum optimal dalam melaporkan setiap survei opini publik dikarenakan humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I belum pernah melakukan survei terhadap media sosial Kanwil Jateng I. Hal ini penting dilakukan agar

Humas Kanwil Jateng I dapat melakukan evaluasi terhadap media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I. Untuk penanganan pertanyaan yang masuk, humas Kanwil Jateng I telah mengupayakan untuk memberikan respon yang cepat. Hanya saja humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I keterbatasan dalam menjawab karena ada beberapa pertanyaan yang membutuhkan koordinasi dengan unit-unit yang lain, sehingga membutuhkan waktu yang lebih untuk penanganannya.

3.3 Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem solving process fasilitator*)

Dalam peran ini humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I mampu mengambil tindakan eksekusi bila terjadinya krisis yaitu dengan mengubah berita yang negatif menjadi positif dan juga melakukan klarifikasi dahulu dengan pihak-pihak terkait dalam masalah tersebut. Sudah menjadi tugas humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I memberikan informasi namun tetap memperkirakan jangan sampai masalah tersebut semakin membesar dan menjadi viral yang mungkin tidak menguntungkan Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I.

Terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I, yaitu menghitung keseluruhan media sosial KPP disetiap semesternya.

Diketahui bahwa keterbatasan SDM dalam mengelola media sosial Kantor Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I ini membuat Staff menjadi kesulitan untuk mengkoordinir media sosial KPP Jawa Tengah I. Dan sampai saat ini belum ada fasilitas dari kantor yang memberikan aplikasi untuk mengolah media sosial keseluruhan di KPP Jawa Tengah I.

Humas Kantor Wilayah Jawa Tengah I juga menyediakan layanan bagi masyarakat yang membutuhkan informasi melalui call center atau website dan media sosial yang telah dicantumkan di website Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I . Humas Kantor Wilayah Jawa Tengah I juga berencana untuk menambahkan logo atau ikon pada setiap

dokumentasi yang diunggah pada media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I yang bertujuan untuk menghindari pencurian foto oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Dapat disimpulkan bahwa humas Kantor Wilayah Jawa Tengah I bekerjasama dengan unit-unit lain dalam memberikan informasi.

Sebagai media sosial yang menjadi pusat informasi resmi, humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I telah melakukan evaluasi terhadap konten di media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I serta mengoptimalkan media sosial seperti Twitter, Youtube, Facebook dan Instagram.

Dari hasil data tersebut, selama ini Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I telah mampu dalam mengambil tindakan eksekusi bila terjadinya masalah dan bekerjasama dengan pihak manajemen. Hal tersebut dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan humas dalam menangani masalah yang dihadapi.

3.4 Teknisi komunikasi (*Communication technisian*)

Staff P2 Humas dan Media telah melakukan beberapa kegiatan dalam mengelola media sosial sebagai media untuk penyebaran informasi yaitu dengan membuat video dokumenter yang diunggah di Youtube dimana video yang diunggah juga telah diedit oleh staff UPT Humas dan Media, membuat berita mengenai kegiatan Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I untuk diunggah di media sosial. Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I memiliki target dalam penyebaran informasi yaitu *One Day One Informations*.

Sejauh ini, konten yang ditampilkan media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I yaitu konten yang bersifat formal dan Informal. Dimana Humas hanya mengunggah berita mengenai kegiatan yang telah dilakukan Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I. Kebanyakan dari konten yang diunggah yaitu kegiatan mengenai acara yang akan diselenggarakan oleh Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I.

Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I juga menggunakan media sosial media untuk meredam pemberitaan negatif dengan mengunggah konten-konten yang membangun citra instansi, seperti prestasi mahasiswa, beasiswa, kunjungan presiden dan menteri, dan lain-lain.

Adapun strategi yang digunakan oleh humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Tengah I dalam mempromosikan media sosial Kanwil dan yaitu penggunaan bahasa yang tepat pada media sosial dan bekerjasama dengan KominfoJateng, Pak Ganjar Selaku Gubernur Jawa Tengah dalam penyebaran informasi. Bahasa yang digunakan humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I di media sosial lebih singkat dan terdapat point sehingga dapat membuat orang tertarik untuk membacanya. Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I juga membuat desain gambar lebih menarik yang diunggah di media sosial Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I.

Dari hasil data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I telah melakukan tiga kegiatan dalam menjalankan peran sebagai teknisi komunikasi yaitu, menangani aspek-aspek teknik, mengedit/menulis kembali untuk pengecekan tata bahasa, melakukan aktivitas fotografi dan desain grafis.

Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I juga menggunakan media sosial sebagai media untuk menginformasikan dan mempromosikan Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I kepada masyarakat sehingga masyarakat mengetahui berbagai kegiatan yang dilakukan Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I. Hal yang sama dilakukan ketika adanya *bad news*, humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I berupaya untuk memberikan informasi yang dapat membangun citra instansi di media sosial. Hal tersebut jika dilakukan dapat membentuk opini publik yang baik terhadap Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak I. Namun, dalam konten di media sosial Kantor Wilayah Jawa Tengah I sudah menggunakannya

secara optimal, hal ini membuat mahasiswa atau masyarakat tertarik untuk melihat konten di media sosial milik Kantor Wilayah Jawa Tengah I.