

Analisa komunikasi pemerintah pada penerapan kebijakan publik pengampunan pajak tahun 2016 dalam menghadapi opini publik = The analysis of government communication on the implementation of public policy of tax amnesty 2016 in facing public opinion

Sandy Suharjono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475786&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa komunikasi pemerintah pada kebijakan publik Pengampunan Pajak tahun 2016 dalam menghadapi opini publik. Teori yang digunakan adalah teori kehumasan dalam dunia pemerintahan, empat model dari hubungan masyarakat Grunig serta teori citra dan restorasinya. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dan menggunakan wawancara mendalam dalam mengumpulkan data.

Hasil penelitian menunjukkan Direktorat P2Humas DPJ dalam melakukan kebijakan Pengampunan Pajak Tahun 2016 yang merupakan kebijakan absorbtif dengan melakukan komunikasi yang menekankan pada komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi satu arah model Public Information. Dalam model ini penyebaran informasi menjadi tujuan dengan umpan balik rendah. Dalam menghadapi opini publik, Direktorat P2Humas DJP menjalankan strategi Denial merupakan strategi yang paling langsung dalam menjaga citranya.

This study analyzed the government communication on the public policy of Tax Amnesty 2016 in facing public opinion. The theories that were applied are the theory of public relations in the world of government, four models of public relations of Grunig and the theory of image and restoration. This study used qualitative descriptive methodology and used in depth interviews in collecting data.

The result of the research showed that the Directorate of Counseling, Services and Public Relations of Direktorat General of Taxes in implementing the policy of Year 2016 Tax Amnesty which was an absorbing policy by communicating with emphasis on internal and external communication. Communication was a one way communication model Public Information. In this model information dissemination became objective with low feedback. In the face of public opinion, the Directorate of P2Humas DJ the Directorate of Counseling, Services and Public Relations of Direktorat General of Taxes was running Denial strategy, was the most direct strategy in maintaining its image.