



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat pengetahuan tentang NPWP pada masyarakat wajib pajak yang diambil dari populasi karyawan PT *Natresc Printing* dan Telkomsel Grapari Yogyakarta adalah sebagai berikut :

1. Tingkat pengetahuan tentang NPWP pada masyarakat wajib pajak pada umumnya yaitu 72,1% (62 orang) kurang baik.
2. Tingkat pengetahuan tentang NPWP pada masyarakat wajib pajak yang kategorinya baik pada umumnya adalah responden dari populasi karyawan PT *Natresc Printing*.

3. Tingkat pengetahuan tentang NPWP pada masyarakat wajib pajak yang kategorinya baik pada responden laki-lai maupun responden perempuan jumlahnya sama.
4. Tingkat pengetahuan tentang NPWP pada masyarakat wajib pajak dalam kategori baik pada umumnya adalah responden berusia kurang dari 30 tahun.
5. Tingkat pengetahuan tentang NPWP pada masyarakat wajib pajak dalam kategori baik pada umumnya adalah responden dengan pendidikan terakhir sarjana dan diploma.
6. Tingkat pengetahuan tentang NPWP dalam kategori baik pada umumnya adalah responden yang menyatakan cukup sering mendapatkan informasi tentang NPWP.
7. Tingkat pengetahuan tentang NPWP dalam kategori baik pada umumnya adalah responden yang mendapatkan informasi tentang NPWP dari televisi.
8. Tingkat pengetahuan tentang NPWP dalam kategori baik pada umumnya adalah responden yang menyatakan mendapatkan informasi tentang NPWP dengan jelas.
9. Tingkat pengetahuan responden yang mendapatkan kampanye NPWP dari televisi terhadap NPWP pada umumnya pada tingkatan kurang baik Berdasarkan teori kultivasi, hal ini karena terbatasnya informasi mengenai NPWP yang didapatkan melalui kampanye televisi. Meskipun *audiens* responden mengikuti kampanye NPWP melalui televisi secara intens dan dapat menangkap dengan jelas pesan yang disampaikannya namun sewajarnya memang persepsi mereka tentang NPWP tidak sedetail materi kuesioner penelitian ini, kecuali mereka mencari atau mendapatkan informasi tentang NPWP secara lebih lanjut. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa komunikasi yang dilakukan oleh PR Dirjen Pajak di dalam kampanye NPWP melalui televisi kepada masyarakat wajib pajak dapat dikatakan kurang efektif karena belum tercipta suatu saling pengertian yang sama tentang NPWP.

B. Keterbatasan Penelitian

Desain penelitian ini hanya dilakukan secara deskriptif sehingga tidak dapat dilakukan penyimpulan mengenai sebab akibat atau perbandingan karena untuk melakukan penyimpulan harus menggunakan penelitian inferensial. Sebagaimana penelitian kuantitatif pada umumnya, penelitian ini menggunakan metode survey dengan angket sebagai alat ukurnya. Meskipun butir soal angket ini diuji validitas dan realibilitasnya, namun penyusunan angket tanpa melalui proses *expert judgement* (konsultasi dengan ahli) sehingga terdapat kemungkinan materi pertanyaannya kurang berkualitas. Selain itu, terdapat kemungkinan adanya responden mengisi kuesioner dengan tidak jujur atau tidak sungguh-sungguh sehingga jawaban yang didapat belum tentu sungguh-sungguh benar sesuai kenyatannya.

C. Saran

1. Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian ini, tingkat pengetahuan responden yang mengikuti kampanye melalui televisi terhadap NPWP pada umumnya dalam kategori kurang baik. Berdasarkan teori kultivasi, hal ini karena tingkat pengetahuan responden yang terbentuk dari pengaruh kampanye televisi skala

atau tingkatannya kecil, kampanye di televisi bekerja melalui *mainstreaming* (penyeragaman persepsi) dan *resonance* (menggambarkan ulang pengalaman). Berdasarkan hal ini peneliti menyarankan agar kepada instansi-instansi maupun perusahaan-perusahaan agar tidak hanya mengandalkan kampanye melalui televisi namun juga dilanjutkan dengan menggunakan media lainnya, kampanye-kampanye lainnya dengan mempertimbangkan aspek *mainstreaming* dan *resonance* serta faktor-faktor yang mempengaruhinya tersebut dan memakai metode seperti *uses & gratification* dan *eksplanatif*.

2. Saran Praktis

a. Saran Untuk PR Dirjen Pajak

Tingkat pengetahuan masyarakat wajib pajak yang diambil dari populasi karyawan PT *Natresc Printing* dan Telkomsel Grapari Yogyakarta paling banyak adalah kurang baik sehingga peneliti menyarankan kepada PR Departemen Pajak untuk melakukan evaluasi lebih jauh serta menentukan tindakan selanjutnya.

b. Saran Untuk PR Pada Umumnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, efek kampanye yang dilakukan oleh PR (tingkat pengetahuan atau aspek kognitif) terhadap *audiens* dapat berbeda-beda dan belum tentu sesuai dengan tujuan yang diharapkan sehingga peneliti menyarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai efek yang terjadi pada *audiens* dalam kampanye-kampanye lainnya serta faktor-faktor yang

mempengaruhi efek tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisson, H. Moudar. 1972. *Agricultural Extension : Reference Manual*. FAO.
- Adiwitanti, Marcelina Wahyudi. 2006. *Penundaan Mencari Bantuan Ditinjau dari Pengetahuan tentang Penyakit Asma pada Orang tua Anak penderita Asma*. Jurnal Epidemiologi Indonesia Vol. 8 Edisi 3. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Evaluasi Program Pendidikan*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Azwar, S. 2003. *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi Ketiga. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- 2005. *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi 3, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Branca, A.A., 1964. *Psychology: The Science of Behavior*. Belmont, Allyn and Bacon Inc. California.
- Bungin, Burhan, Prof. Dr. H.M, S.Sos., 2003, *Pornomedia*, Jakarta, Kencana.
- Cutlip, Scott M, Centre, Allen H, Broom, Glen M. 1994. *Effective Public Relations*. Seventh Editions. New Jersey : Prentice Hall.

- Djoenasih, S & Sunarjo. 1982. *Mengenal Propaganda*. Yogyakarta: Liberty.
- Effendi, Onong Uchjana. 1992. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : PT. Rosdakarya.
- 2006. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung : PT. Rosdakarya.
- Guba, E. G. and Y. S. Lincoln. 1988. *Do Inquiry Paradigms Imply Inquiry Methodologies? In D. M. Fetterman. (ed.) Qualitative approaches to evaluation in education: the silent scientific revolution*, London.
- Hadi, Sutrisno. 1991. *Analisa Butir Untuk Instrumen, Angket, Test, Dan Skala Nilai Dengan Basica*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Ketentuan Umum Perpajakan (KUP), 2007, Jakarta, Direktorat Jenderal Pajak.
- Kotler, Philip and L.Roberto, Eduardo. 1989. *Social Marketing Strategies for Changing Public Behavior*. New York : A Division of Macmillan, Inc.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. 1994. *Massa Communication and Media 2*. Newyork. Edward Arnold Pty.
- Mulyana, Deddy (ed). 1998. *Komunikasi – Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Mohammad. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Ngurah Putra, I Gusti. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta : ANDI Offset.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2002. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- 2003. *Ilmu Kesehatan Masyarakat; Prinsip-prinsip Dasar*. Jakarta, : Rineka Cipta.
- 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta. Rineka Cipta.

- Peterson, Richard J., Vaughan, Charlotte A. 1986. *Structure And Process Readings in Introductory Sociology*. California : Wadworth Publishing Company.
- Poerwadarminta, W.J.S. 1983. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta:Balai Pustaka.
- Pratkanis, Anthony & Elliot Aronson,. 1992. *Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion*. New York : W.H. Freeman and Company.
- Rakhmat, Jalaludin. 1991. *Metode Penelitian*. Edisi Kedua. Bandung : PT. Remadja Rosda Karya.
- Robbins, Stephen P. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Rogers, M. Everett & F. F Shoemaker. 1971. *Communications of Innovation : A Cross Cultural Approach*. New York : The Tree Press.
- Rose, Peter., I Myron Glazer and Peninan Migdal Glazer. 1985. *Sociology : Inquiring into Society*. San Francisco : Canfield Press.
- Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Humas Dan Manajemen Komunikasi (Persepsi Dan Aplikasi)*. Jakarta : Grafindo.
- 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Sarwono, 1993, *Teori-teori Psikologi Sosial*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Severin, Werner J & Tankard, James W., 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa Edisi Kelima*. Jakarta : Kencana.
- Smith, Ronald. 2005. *Strategic Planning For Public Relations. Second Edition*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Association. Inc.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Sunarjo. 2008. *Aplikasi Ringkas Propaganda*. <http://akur-stbajia.blogspot.com/2008/05/seni-propaganda-7-taktik-untuk.html>.
- Supomo dan Indriantoro, Bambang. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta,Raja Grafindo Persada.

Walgito, Bimo. 2002. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta. Andi Offset.

..... 2003. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta. ANDI Offset.

