

Pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap iklan layanan masyarakat pajak di media cetak

Marliana Susanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284153&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini ingin melihat bagaimana pengaruh pesan dalam Iklan Layanan Masyarakat Pajak terhadap pengetahuan dan sikap khalayak dalam membayar pajak berdasarkan faktor-faktor perhatian dan pemahaman serta faktor-faktor kepercayaan dan evaluasi khalayak terhadap atribut Iklan Layanan Masyarakat Pajak di media cetak. Iklan Layanan Masyarakat Pajak bersifat persuasif, dengan tujuan agar khalayak sasaran mempunyai pengetahuan yang cukup dan akhirnya bersikap positif terhadap kehadiran ILM Pajak maupun terhadap pajak itu sendiri. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan didukung data kualitatif. Data dikumpulkan melalui survei di lapangan dan diperoleh melalui teknik wawancara berstruktur. Populasi terdiri dari pria dan wanita berusia, 18 tahun keatas serta bertempat tinggal di Kelurahan Rawa parat dan Kelurahan Petogogan, Kecamatan Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Jumlah sampel 100 orang dengan teknik pengambilan sampel secara purposive. Interpretasi data hasil penelitian dilakukan berdasarkan analisis deskriptif tabel tunggal dan analisis tabel silang. Penelitian berlandaskan pada teori konsistensi kognitif. Teori konsistensi berbicara tentang nilai, Jika terjadi keadaan yang inkonsisten, maka akan timbul perasaan tidak enak dan disharmoni. Hal ini mendorong seseorang untuk secara aktif menjauhi keadaan yang baginya tidak nyaman tersebut. Sehubungan dengan penelitian ini, terlihat adanya inkonsistensi antara kewajiban dengan keengganan membayar pajak dalam diri responden, sehingga sikap responden berimbang, sebagian positif dan sebagian lagi negatif. Hal ini disebabkan karena mereka meragukan kebenaran dari pesan maupun gambar yang ditampilkan dalam ILM Pajak berdasarkan dari sikap yang telah terbentuk sebelumnya. Dari hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa pengetahuan responden tinggi terhadap ILM Pajak tetapi tidak dalam pembentukan sikap. Faktor pendidikan, pekerjaan, penghasilan, gaya hidup serta penguasaan media tidak mempunyai pengaruh sama sekali dalam pengetahuan dan sikap responden terhadap ILM Pajak. Hanya pada faktor usia yang mempunyai pengaruh terhadap pengetahuan dan pembentukan sikap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, pesan-pesan yang disampaikan oleh ILM Pajak hanya dapat meningkatkan keingintahuan dan pengetahuan responden saja tetapi tidak dalam pembentukan sikap. Jadi ILM pajak disini..yang diharapkan dapat mempengaruhi sikap responden tidak tercapai.