

KAMPANYE TAAT PAJAK DAN KEPATUHAN PELAPORAN SPT TAHUNAN

Ratna Setianingsih

SMK Negeri 1 Karanganyar

Abstract

The program execution campaign obedient a tax that is performed by KPP Pratama Karanganyar good enough because it produces a the effectiveness of program that can be evidenced by an increase in reporting SPT annual income tax of a private person in KPP Pratama Karanganyar. That program is obedient tax increase of knowledge and understanding people about the tax so public can care more taxes and by a consciousness of personal willing to report and paid income tax that becomes their obligations. Though yet prompted the positive image against tax office (KPP) Pratama Karanganyar.

Key words: *campaign, tax, annual SPT*

Abstrak

Pelaksanaan program kampanye taat pajak yang dilakukan oleh KPP Pratama Karanganyar cukup baik karena menghasilkan suatu efektivitas dari program yang dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan pelaporan SPT Tahunan PPh Orang Pribadi di KPP Pratama Karanganyar. Kegiatan tersebut adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang pajak sehingga masyarakat dapat lebih peduli pajak dan dengan kesadaran pribadi bersedia melaporkan dan membayarkan PPh yang menjadi kewajibannya. Meskipun belum memberikan dampak pencitraan yang positif terhadap Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Karanganyar.

Kata kunci: kampanye, pajak, SPT Tahunan

PENDAHULUAN

Sebagai negara berkembang, Indonesia tidak terlepas dari kegiatan pembangunan nasional. Pembangunan adalah suatu proses kegiatan yang dilakukan dalam rangka pengembangan atau mengadakan perubahan-perubahan ke arah keadaan yang lebih baik. Pembangunan yang ingin dicapai bangsa Indonesia adalah mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur yang merata baik materiil maupun spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Demi terciptanya pembangunan nasional, maka penyusunan program pembangunan tersebut mengikuti suatu pola atau tatanan yang telah ditentukan di dalam pemerintah negara Indonesia. Kegiatan

pembangunan yang sedang berjalan saat ini membutuhkan biaya yang cukup besar, maka diperlukan adanya keikutsertaan seluruh lapisan masyarakat untuk bekerja keras di bidang masing-masing.

Dalam usaha mencapai tujuan pembangunan tersebut, pemerintah menciptakan tahap-tahap pelaksanaannya, baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pembiayaan, pengawasan, dan evaluasi dengan tidak mengesalkan arti peran dari pokok-pokok lainnya dalam berpartisipasi mensukseskan pembangunan nasional.

Untuk meningkatkan dan menetapkan penyelenggaraan pemerintah pelaksanaan dan penggunaannya juga diperlukan adanya pengawasan yang efektif dan efisien agar pembangunan nasional berjalan dengan baik. Pendayagunaan aparatur pemerintah sangat penting dalam pengelolaan pendapatan untuk menggali sumber pendapatan guna membiayai pembangunan.

Dalam membiayai pembangunan salah satu upaya pemerintah adalah menyerap dari sektor pajak, meskipun tidak kalah pentingnya pemasukan dari berbagai sektor pendapatan yang lain (Erly Suandy, 2000: 9).

Sejak diadakannya reformasi terhadap sistem perpajakan (*tax reform*) pada tahun 1983, hingga sekarang berbagai perbaikan di bidang perpajakan masih terus dilakukan. Segala perbaikan tersebut ditujukan untuk meningkatkan penerimaan pajak yang saat ini masih merupakan sumber penerimaan negara terbesar untuk membiayai perekonomian nasional (BPS: 2008). Menurunnya penerimaan negara dari sektor migas selama beberapa tahun ini membuat perekonomian negara semakin terperosok.

Untuk ke depannya pajak diharapkan mampu menjadi tulang punggung penerimaan negara, karena pemerintah Indonesia tidak dapat selamanya menggantungkan penerimaan negara dari kegiatan ekspor migas. Pajak sebagai sumber utama penerimaan negara perlu terus ditingkatkan sehingga pembangunan nasional dapat dilaksanakan dengan mengandalkan kemampuan sendiri. Untuk menjamin kelangsungan pembangunan nasional diperlukan partisipasi aktif dari seluruh komponen negara, khususnya seluruh rakyat Indonesia. Oleh karena itu, kesadaran masyarakat dalam membayar pajak sangat diperlukan demi berlangsungnya pembangunan nasional.

Pajak disamping sebagai sumber penerimaan negara yang utama (fungsi *budget*), juga mempunyai fungsi lain yaitu sebagai alat untuk mengatur dan mengawasi kegiatan-kegiatan swasta dalam perekonomian (fungsi pengatur). Sebagai alat anggaran (*budgetair*) pajak digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan dana guna membiayai kegiatan-kegiatan pemerintah, terutama kegiatan-kegiatan rutin. Sedangkan pajak dalam fungsinya sebagai pengatur (*regulatory*), dimaksudkan terutama untuk mengatur perekonomian guna menuju pada pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat, mengadakan redistribusi pendapatan serta stabilitas ekonomi.

Diagram 1. Penerimaan Pajak Tahun 2009



Tabel 1. Penerimaan Pajak Tahun 2009

Penerimaan Pajak Tahun 2009 (dalam milyar Rupiah)	
Jenis Pajak	Realisasi
PPh	112.609
PPN	99.872
Pajak Lainnya	1.154
Total	213.635

Sumber: <http://www.fiskal.depkeu.go.id>

Gambar dan tabel di atas menunjukkan penerimaan pajak terbesar tahun 2009 berasal dari Pajak Penghasilan, yaitu mencapai 112 milyar. Berdasarkan data Dirjen Pajak, jumlah Wajib Pajak perorangan di seluruh Indonesia hanya 1,3 juta orang, padahal jumlah rumah tangga mencapai 51,2 juta.

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi informasi, sosial dan politik, disadari bahwa perkembangan pajak di Indonesia semakin meningkat dan kini dirasakan bahwa pajak sudah menjadi suatu kebutuhan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Kesadaran untuk menjadi Wajib Pajak dan memenuhi segala kewajibannya perlu dibina sehingga timbul di setiap kalbu Wajib Pajak yang hidup bermasyarakat. Dengan demikian, maka roda pemerintahan akan berlangsung lancar demi kepentingan Wajib Pajak itu sendiri dan lancarnya roda pemerintahan akan melancarkan pula tercapainya keseluruhan cita-cita rakyat/penduduk hidup dalam negara yang adil dan makmur dalam lingkup nilai-nilai Pancasila dan UUD 1945. Setiap rakyat/penduduk harus sadar bahwa kewajiban membayar pajak bukanlah untuk pihak lain, tetapi untuk melancarkan jalannya roda pemerintahan yang mengurus segala kepentingan rakyat sendiri. Jadi

sadar berkorban dan pengorbanan itu adalah untuk kepentingannya sendiri dari generasi ke generasi.

Sistem pemungutan pajak di Indonesia yang menganut asas *Self Assessment System* sangat mengharapkan peran serta, tanggung jawab dan kepercayaan masyarakat. *Self Assessment System* merupakan pengganti dari *Official Assessment System* dampak terjadinya reformasi perpajakan (*tax reform*) pada tahun 1983. Dengan *Self Assessment System*, Wajib Pajak diberikan kepercayaan penuh untuk menghitung, memperhitungkan, menyetor dan melaporkan besarnya pajak yang terutang (pajak yang harus dibayar) sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Namun salah satu kendala terbesar yang dihadapi adalah menurunnya kepatuhan dan kesadaran Wajib Pajak akan kewajibannya membayar pajak karena masih banyak masyarakat yang buta akan pajak dan tidak tahu prosedur-prosedur terkait penghitungan maupun pelaporan pajak.

Menyadari hal tersebut, Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Karanganyar melakukan pembinaan dan edukasi tentang perpajakan. Kegiatan tersebut merupakan salah satu usaha yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Dalam mensukseskan program kampanye taat pajak tersebut dipandang perlu untuk memberikan pengetahuan tentang hak dan kewajiban perpajakan. Dengan kampanye diharapkan kepatuhan wajib pajak dapat timbul dari diri wajib pajak. Sehingga Wajib Pajak sadar akan kewajiban-kewajibannya dalam hal membayar pajak.

Setiap tahun Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Karanganyar melakukan penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat di Kabupaten Karanganyar dan Sragen, karena masih banyak yang belum mengerti dan sadar akan pentingnya pajak, sehingga mereka tidak tahu berbagai hal yang seharusnya dilakukan sebagai Wajib Pajak Orang Pribadi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Karanganyar menciptakan sistem perpajakan agar tingkat kepatuhan Wajib Pajak meningkat, salah satu dengan cara pemberian Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pada Wajib Pajak yang pendapatannya di atas Pendapatan Tidak Kena Pajak (PTKP). Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi yang pendapatannya di atas PTKP dan memiliki NPWP wajib melaporkan pajak terutang ke Kantor Pelayanan Pajak setempat. Wajib Pajak Orang Pribadi Baru yang akan melapor pajak terutang harus mempunyai NPWP, dan dalam melaporkan pajak terutangnya harus menggunakan Surat Pemberitahuan (SPT) Pajak Tahunan. Melalui SPT dapat diketahui tingkat kepatuhan Wajib Pajak.

Dalam rangka mewujudkan Wajib Pajak Orang Pribadi yang patuh dan taat, berdasarkan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor : SE-32/PJ/2010 tentang Penegasan Tindak Lanjut Kantor Pelayanan Pajak Pratama terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi maka perlu diadakan Kampanye Taat Pajak melalui Pembinaan, Edukasi, dan Pelayanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. KONTEKS

Penelitian konteks didasarkan atas penilaian terhadap latar belakang, tujuan, perencanaan, sasaran dan kesesuaian program dengan visi dan misi Direktorat Jenderal Pajak. Dari hasil penelitian diketahui bahwa elemen-elemen dalam konteks disusun dengan pengumpulan fakta-fakta di lapangan disertai dengan riset. Hasil riset dan fakta kemudian dituangkan dalam perencanaan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor: SE-32/PJ/2010 tentang Penegasan Tindak Lanjut Kantor Pelayanan Pajak Pratama terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi perlu diadakan Pembinaan, Edukasi, dan Pelayanan.

Data yang diperoleh menyebutkan seluruh responden dari tim pelaksana mengatakan perencanaan kampanye taat pajak telah sesuai dengan kebijakan yang berlaku pada KPP Pratama Karanganyar. Karena keberadaan program kampanye taat pajak telah sesuai dan selaras dengan tugas pokok dan fungsi KPP Pratama, maka ke depannya dapat mendukung dan menunjang sasaran-sasaran strategis yang dicita-citakan oleh KPP Pratama sebagai instansi vertikal Direktorat Jenderal Pajak yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan operasional pelayanan perpajakan.

2. INPUT

Penilaian input didasarkan pada pelaksana program, sarana dan prasarana (fasilitas dan dana). Pelaksana program dalam kegiatan kampanye taat pajak tidak semuanya memiliki latar belakang pendidikan yang memadai namun pihak KPP Pratama Karanganyar memberikan berbagai jenis pelatihan terhadap pelaksana program kampanye taat pajak demi meningkatkan kualitas SDM yang ada. Namun dari beberapa pelatihan yang pernah diadakan, pelatihan untuk menunjang komunikasi seperti pelatihan *communication skill* atau *public speaking* dirasa kurang.

Adapun penilaian sarana dan prasarana merupakan penilaian yang berkaitan dengan fasilitas dan dana. Untuk pemanfaatan sarana dan prasarana, menurut data yang diperoleh seluruh tim pelaksana untuk mendukung pelaksanaan program kampanye taat pajak sudah optimal. Sedangkan anggaran dana untuk pelaksanaan program kampanye taat pajak memang sudah dianggarkan dari pusat.

3. PROSES

Tahap proses meliputi semua catatan kejadian selama program berlangsung yang digunakan untuk menilai bentuk kegiatan, fokus kegiatan, kelancaran pelaksanaan program, kontinuitas pelaksanaan program. Sesuai dengan hasil penelitian, bentuk kegiatan kampanye taat pajak sudah sesuai dengan cara yang dilaksanakan di KPP Pratama Karanganyar untuk memberikan pemahaman untuk taat pajak. Bentuk kegiatan tersebut adalah melakukan kegiatan penyuluhan secara langsung dengan tatap muka, memasang pengumuman pada papan pengumuman di

KPP, penyebaran brosur/*leaflet* serta beriklan dan mengisi acara di radio dan stasiun TV lokal.

Berdasarkan data dari tim pelaksana, pelaksanaan program kampanye taat pajak berjalan lancar meskipun belum sepenuhnya. Menurut data yang dihimpun, kurang lancarnya pelaksanaan program dikarenakan kurangnya animo masyarakat mengikuti program kampanye taat ini.

Hal lain yang harus diperhatikan adalah masalah kontinuitas pelaksanaan kegiatan penyuluhan. Kontinuitas pelaksanaan kegiatan penyuluhan tentang pelaksanaan kampanye taat pajak perlu untuk terus dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan, karena selama ini masyarakat masih kurang dalam memperoleh informasi mengenai Pajak Penghasilan (PPh) dengan segala aturan dan ketentuannya. Kegiatan ini perlu untuk dilakukan supaya masyarakat semakin memahami dan sadar akan kewajibannya untuk taat pajak.

4. PRODUK

Penilaian produk meliputi pencapaian tujuan program yang diukur dari parameter keberhasilan pelaksanaan program dan tingkat pelaporan SPT Tahunan PPh Orang Pribadi di KPP Pratama Karanganyar. Apabila dilihat dari tingkat pelaporan SPT Tahunan, maka program kampanye taat dapat dikategorikan cukup efektif karena ada peningkatan pelaporan SPT Tahunan.

Akan tetapi, bila pengertian keefektifan pelaksanaan program kampanye taat pajak dilihat dari parameter keberhasilan pelaksanaan program kampanye taat pajak sebagaimana tujuan yang ditetapkan maka hal ini masih kurang berhasil. Hal ini dikarenakan masih kurangnya pengertian dan pemahaman masyarakat terhadap program kampanye taat pajak. Permasalahan ini juga terkait erat dengan penyuluhan atau sosialisasi pada masyarakat yang seharusnya dilakukan lebih aktif dan kontinyu sehingga informasi ke masyarakat tidak terputus.

Tingkat keberhasilan penyuluhan atau sosialisasi pelaksanaan program kampanye taat pajak juga dapat dilihat dari beberapa faktor seperti manfaat, tingkat pemahaman dan respon masyarakat. Pelaksanaan sosialisasi kampanye taat pajak kurang memberikan manfaat bagi masyarakat sebagai target yang dikenai sasaran. Tingkat pemahaman masyarakat mengenai program kampanye taat pajak masih kurang. Hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang menyebutkan banyak masyarakat yang telah berpenghasilan tidak memiliki NPWP. Masyarakat yang menjadi narasumber penelitian mengungkapkan bahwa umumnya mereka terkendala dengan rumitnya syarat dan ketentuan pajak penghasilan (PPh) serta pandangan negatif dan sikap antipati masyarakat terhadap pajak.

Bentuk komunikasi yang tepat untuk program kampanye taat pajak adalah bentuk komunikasi langsung (tatap muka) mengingat materi program masih awam bagi masyarakat sasaran program. Hal ini sangat wajar terjadi karena "pajak" dan

segala atributnya masih merupakan *term* yang cukup menakutkan bagi sebagian calon Wajib Pajak dan Wajib Pajak. Cara klasikal seperti penyuluhan di tingkat RT maupun sistem kelas di kantor efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dalam program kampanye *Sunset Policy*.

5. DAMPAK

Dari sisi dampak baik pihak internal yaitu KPP Pratama Karanganyar maupun pihak eksternal yaitu masyarakat yang sudah menjadi wajib pajak maupun yang calon wajib pajak merasakan dampak positif ataupun negatif yang diperoleh lewat pelaksanaan program kampanye taat pajak.

❖ Dampak Internal

a) Positif

Bagi pihak KPP Pratama, program kampanye taat pajak dapat membantu pencapaian tujuan organisasi, yaitu untuk memberikan pengetahuan, rasa kedekatan dan kepedulian masyarakat kepada pajak yang dimulai dari orang pribadi sehingga mereka secara sadar dan sukerela dapat melaksanakan hak dan kewajibannya di bidang perpajakan. Selain itu juga dari kedekatan yang tercipta dapat menimbulkan kepercayaan dari masyarakat kepada pajak sehingga berdampak pada peningkatan pelaporan SPT Tahunan PPh Orang Pribadi.

b) Negatif

Untuk dampak negatif dari pelaksanaan kampanye taat pajak adalah pelaksanaan penyuluhan kampanye taat pajak yang kurang dapat menjangkau pelosok-pelosok desa. Kurangnya SDM tersebut membuat penyebaran pengetahuan dan pendidikan dini tentang pajak juga terhambat.

❖ Dampak Eksternal

a) Positif

Dampak eksternal positif yang timbul dari pelaksanaan kampanye taat pajak adalah masyarakat menjadi lebih peduli dan berusaha taat membayar pajak penghasilan.

b) Negatif

Sedangkan dampak eksternal negatif yang timbul sesuai dengan data yang diperoleh, masyarakat kurang merasakan manfaat dari membayar pajak dan justru merasa penyaluran pajak tidak transparan dan timbul banyak penyalahgunaan pajak.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa adanya kampanye taat pajak ternyata cukup efektif diterapkan oleh KPP Pratama Karanganyar.

Efektivitas kampanye taat pajak juga tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Berikut ini beberapa faktor yang menjadi pendukung dan penghambat efektivitas kampanye taat pajak melalui kegiatan pembinaan, edukasi, dan pelayanan Wajib Pajak Orang Pribadi terhadap kepatuhan pelaporan SPT Tahunan PPh Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Karanganyar:

a. Faktor pendukung

Faktor pendukung keberhasilan pelaksanaan kampanye taat pajak melalui pembinaan, edukasi dan pelayanan wajib pajak orang pribadi adalah sebagai berikut :

1) Dukungan alokasi dana yang memadai

Kegiatan kampanye taat pajak melalui pembinaan, edukasi dan pelayanan wajib pajak orang pribadi pasti membutuhkan dana dalam pelaksanaannya, karena suatu program tidak akan dapat berjalan lancar jika tidak didukung dengan dana yang memadai. Adanya program ini, maka pihak KPP Pratama telah mendapat alokasi dana khusus yang dianggarkan dari pemerintah melalui Ditjen Pajak sehingga pelaksanaan program dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

2) Dukungan dari pihak rekanan KPP Pratama

Dukungan dari pihak rekanan KPP Pratama sangat menunjang bagi pelaksanaan program kampanye taat pajak melalui pembinaan, edukasi dan pelayanan wajib pajak orang pribadi. Dukungan dari rekanan KPP Pratama ini adalah dalam hal pengadaan barang-barang maupun dalam ketersediaan lokasi, penyediaan sarana dan prasarana yang menunjang keberhasilan pelaksanaan program.

3) Masyarakat

Masyarakat juga merupakan faktor pendukung keberhasilan program kampanye taat pajak melalui pembinaan, edukasi dan pelayanan wajib pajak orang pribadi karena masyarakat terbagi menjadi wajib pajak dan calon wajib pajak yang notabene merupakan pihak yang menjadi sasaran dari adanya kampanye taat pajak melalui pembinaan, edukasi dan pelayanan wajib pajak orang pribadi. Apabila masyarakat tidak dapat memahami dan mengerti dengan adanya program ini maka program taat pajak ini menjadi tidak efektif.

b. Faktor penghambat

1) Sikap penerimaan masyarakat terhadap pajak

Banyak masyarakat yang berpandangan negatif dan bersikap apatis terhadap pajak sehingga cenderung ke arah ketidakpedulian masyarakat terhadap hal-hal yang berkaitan dengan pajak. Masyarakat acuh tak acuh akan kewajiban

perpajakan yang menjadi tanggungannya. Hal ini juga masih terkait tentang resistensi atau paradigma pajak era lama.

2) Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Hal ini berkaitan dengan keterbatasan pegawai KPP Pratama dalam melakukan pembinaan kepada masyarakat dalam rangka mendukung keberhasilan kampanye taat pajak melalui pembinaan, edukasi dan pelayanan wajib pajak orang pribadi. Kurangnya SDM untuk mengampu masyarakat yang berjumlah besar membuat penyebaran dan penyampaian informasi taat pajak terhambat.

3) Pelaksanaan penyuluhan atau sosialisasi yang hanya di permukaan dan kurang kontinyu

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan KPP Pratama masih kurang, karena sosialisasi mengenai kampanye taat pajak melalui pembinaan, edukasi dan pelayanan wajib pajak orang pribadi kurang berkelanjutan dan seringkali hanya dilakukan di kantor KPP Pratama atau kantor-kantor kecamatan. Seharusnya pihak KPP Pratama lebih aktif lagi dalam melakukan penyuluhan sampai ke pelosok-pelosok desa dan bahkan bisa masuk ke bagian-bagian yang kecil dari masyarakat seperti rapat RT agar hasilnya lebih mengena pada masyarakat. Pendidikan dini tentang pajak juga penting dilakukan, pihak KPP seharusnya juga dapat masuk ke tingkat sekolah-sekolah, karena dari sanalah calon-calon wajib pajak muncul.

4) Pemberitaan negatif tentang pegawai pajak

Akhir-akhir ini banyak terungkap kasus korupsi yang melibatkan oknum-oknum pegawai pajak. Dari oknum yang melakukan pelanggaran hukum dan kode etik ini membuat masyarakat menaruh citra buruk bagi citra perpajakan.

KESIMPULAN

Program kampanye taat pajak cukup efektif diterapkan KPP Pratama Karanganyar dalam meningkatkan jumlah Wajib Pajak dan pelaporan SPT Tahunan PPh Orang Pribadi. Secara kuantitas dapat dikatakan berhasil terbukti dengan terdapat peningkatan jumlah Wajib Pajak dan Pelaporan SPT Tahunan PPh Orang Pribadi namun secara kualitas kurang berhasil karena banyak masyarakat berpenghasilan mencukupi tapi tidak bersedia mendaftarkan diri sebagai Wajib Pajak.

Daftar Pustaka

BUKU :

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Penilaian Program Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: CV Remaja Rosdakarya.
- _____. 1986. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: CV Remaja Rosdakarya.
- _____. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: CV Remaja Rosdakarya.
- Haryani, Sri. 2001. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Isaac, Stephen & William B. Michael. 1981. *Handbook and Evaluations*. California: Edit Publisher.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Patton, Michael Quinn. 2006. *Metode Evaluasi Kualitataif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Kiat Strategi Kampanye Public Relation Edisi Revisi I*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Siahaan, S. M. *Komunikasi: Pemahaman dan Penerapannya*. Jakarta. PT BPK Gunung Mulia. 1989.
- Sugono *et.all*, Kamus Bahasa Indonesia, Depdikbud, 2008.
- Suhandang, Kuustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan: Kajian Program Implementasi*. Bandung: Nuansa.
- Sutopo, H.B. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye. Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Widjaja, A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta, Bumi Aksara, 1986.

WEBSITE :

- <http://www.fiskal.depkeu.go.id>
- <http://www.pajak.go.id>
- <http://www.wikipedia.org/w/index.php.title=Pajak>

JURNAL :

- Anne Pollock, *Using Behavioural Change Theory to Communicate Effectively*, Int. Journal, 2009.
- Julia Coffman, *A User's Guide to Advocacy Evaluation Planning*, Int. Journal, 2009.