

**PENGARUH KUALITAS KOMUNIKASI APARATUR SIPIL NEGARA TERHADAP
KEPUASAN WAJIB PAJAK SISTEM ADMINISTRASI MANUNGGAL SATU ATAP
PEKANBARU SELATAN**

Oleh: Lisa Naomy Nisa
Pembimbing: Dr. Anuar Rasyid, S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The success of organizing public services is inseparable from the factors of communication and information by the government bureaucracy. One of the regional government bureaucracies in Riau Province that provides public services is the South Pekanbaru Samsat. Adequate communication and information aims to increase knowledge of taxpayers and ease of paying motor vehicle tax. The theory used in this study is the Laswell theory. The purpose of this study was to determine the taxpayer's response to the quality of communication of state civil apparatus, to determine the effect of the quality of communication of state civil apparatus on taxpayer satisfaction, and to analyze the influence of the quality of communication of state civil apparatus on taxpayer satisfaction.

This study uses quantitative research methods with correlational research design using Simple Random Sampling and Slovin formulas, so this study obtained 98.99 people rounded up to 100 respondents. Researchers collected data through questionnaires, while for data analysis techniques researchers used correlation test techniques with simple linear regression formulas and statistical hypothesis tests.

The results of this study indicate that the level of influence of communication quality on satisfaction of taxpayers in South Pekanbaru Samsat has a moderate effect. This is seen from simple linear regression in this study is $Y = 8.911 + 0.757 X$. Meanwhile t count 11.425 is greater when compared with t table of 1.984 with a significance level of 0.000 smaller than $\alpha = 0.05$. Based on the table "Model Summary" shows that the value of $R = 0.756$ and the coefficient of determination (R square) is equal to 0.571. This figure shows the understanding that the influence of the Quality of Communication of State Civil Apparatus on the Satisfaction of Taxpayers in South Pekanbaru is 57,1%. While the remaining 42,9% is influenced by other variables not examined in this study.

PENDAHULUAN

Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan. Peristiwa komunikasi dapat berlangsung tidak saja dalam kehidupan manusia, tetapi juga dalam kehidupan binatang, tumbuh-tumbuhan, dan makhluk-makhluk hidup lainnya. Namun demikian, objek pengamatan dalam ilmu komunikasi umumnya hanya difokuskan pada peristiwa-peristiwa komunikasi dalam konteks hubungan antarmanusia. Komunikasi merupakan prasyarat kehidupan manusia. Kehidupan manusia akan tampak hampa, atau bahkan tiada kehidupan jika tidak ada komunikasi. Tanpa komunikasi, interaksi antarmanusia, baik secara perseorangan, kelompok, ataupun organisasi tidak mungkin dapat terjadi. Komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk memahami satu sama lain (Yasir, 2009: 1-2).

Kebanyakan organisasi telah menyadari pentingnya komunikasi publik dan telah mempunyai program-program khusus untuk itu. Komunikasi publik (*public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi anatarpribadi atau komunikasi kelompok. Karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Daya tarik fisik pembicara bahkan sering merupakan faktor penting yang menentukan efektifitas pesan, selain keahlian dan kejujuran yang dimiliki pembicara. Ciri-ciri komunikasi publik adalah terjadi di tempat umum (publik), misalnya di auditorium, kelas, tempat ibadah (masjid, gereja) dan tempat lain yang dihadiri sejumlah besar orang.

Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan atau membujuk (Yasir, 2009: 37-38).

Salah satu penelitian mengenai komunikasi publik di birokrasi pelayanan pada lembaga pemerintah yang pernah dilakukan adalah oleh (Hardiyansyah, 2011:238) yang menyatakan bahwa komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan publik. Besarnya pengaruh komunikasi terhadap kualitas pelayanan publik tersebut ditentukan oleh dimensi-dimensi komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Komunikasi tidak hanya sekedar memberi dan menerima, namun lebih dari itu, pemberi dan penerima pesan harus melakukannya bersama-sama secara selaras agar terjadi komunikasi yang efektif antara pihak-pihak yang berkomunikasi (Depdagri-LAN, 2007:4).

Teori Laswell sebagai acuan penelitian. Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, untuk menyampaikan pikiran atau perasaan, sumber harus mengubah pikiran dan perasaan tersebut kedalam seperangkat simbol verbal atau non verbal yang dipahami oleh penerima pesan. Pesan yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima, merupakan seperangkat simbol verbal dan non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tadi. Bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima menggunakan cara penyajian pesan apakah langsung atau lewat media cetak (surat kabar, majalah atau media elektronik (radio, televisi). Kemudian, komunikan menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami, sesuatu yang ditimbulkan setelah

menerima pesan maka penerima akan bertambah pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, dan perubahan perilaku.

Dikaitkan dengan penelitian ini, secara observasi proses terjadinya komunikasi petugas Bapenda sebagai sumber atau komunikator menyampaikan informasi mengenai ketentuan pengurusan pajak kendaraan bermotor belum dilakukan secara optimal, dimana wajib pajak baru mendapatkan informasi mengenai segala ketentuan yang berlaku apabila mendatangi kantor Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan dan berkomunikasi secara langsung dengan petugas Bapenda, informasi yang disampaikan kepada wajib pajak dilakukan secara langsung karena tidak tersedianya saluran komunikasi diluar pelayanan, adapun media cetak (selebaran informasi, *banner*, dan *sticker*) dan media elektronik (*website* dan layanan *samsat online*) yang digunakan hanya terbatas di lingkungan kantor Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan. Hal ini menjadikan wajib pajak mereka-reka dalam melakukan pengurusan pajak kendaraan bermotor di Kantor Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan. Keadaan ini rentan dimanfaatkan oleh oknum yang menawarkan kemudahan jasa untuk pengurusan pajak kendaraan bermotor. Keberadaan oknum tersebut sulit dideteksi, karena berbaur dengan wajib pajak yang mengunjungi kantor Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan).

Keberhasilan penyelenggaraan pelayanan publik tidak terlepas dari faktor komunikasi dan informasi oleh birokrasi pemerintah. Pegawai Bapenda Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru

Selatan belum menunjukkan secara optimal penyebarluasan informasi dalam rangka membangun komunikasi baik dengan wajib pajak. Informasi yang memadai dapat mempengaruhi kesadaran wajib pajak untuk taat membayar pajak tepat waktu. Pegawai Bapenda sebagai akses pelayanan publik harus memberikan pelayanan yang terbaik dengan memberikan segala informasi yang berkenaan dengan standar operasional prosedur, persyaratan, dan kebutuhan informasi untuk wajib pajak. Hal ini sangat membantu agar wajib pajak dapat memahami ketentuan yang berlaku di kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Pekanbaru Selatan.

Keterbukaan informasi petugas Bapenda menambah pengetahuan dan kemudahan bagi wajib pajak untuk melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor. Wajib pajak biasanya menginginkan kualitas komunikasi aparatur sipil negara yang biasanya dapat diukur dari indikator Komunikator, Pesan, Media, Komunikan, Efek. Kepuasan Wajib Pajak dimaksud diukur melalui indikator kehandalan (*Realibility*), ketanggapan (*Responsiveness*), kepastian (*Assurance*), empati (*Emphaty*), dan wujud (*Tangible*).

Kantor Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap), secara keseluruhan berjumlah 17 (tujuh belas) dan 15 (lima belas) kantor Samsat Pembantu yang tersebar di 12 (dua belas) kabupaten dan kota di Provinsi Riau. Banyak jumlah kantor Samsat yang tersebar di Provinsi Riau, penulis memilih salah satu kantor Samsat yang lokasinya dekat dengan tempat tinggal penulis, yaitu kantor Samsat Pekanbaru Selatan atau disebut juga Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap)

Pekanbaru Selatan atau Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Simpang Tiga, karena kantornya berada di wilayah Kelurahan Simpang Tiga Kota Pekanbaru. Kantor Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan adalah salah satu organisasi pelayanan publik di Provinsi Riau yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Organisasi ini bertugas melayani masyarakat dalam hal pengurusan pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), secara administratif kantor Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan melayani wajib pajak yang berdomisili di wilayah Kecamatan Bukit Raya, Kecamatan Tenayan Raya, Kecamatan Marpoyan Damai, Kecamatan Tampan dan Kecamatan Payung Sekaki. Namun dengan sistem Samsat *online* dan *e-Samsat*, maka Samsat Pekanbaru Selatan juga dapat melayani wajib pajak yang berdomisili di luar wilayah pelayanannya.

Kendaraan bermotor yang dikenai pajak terdiri dari berbagai jenis, antara lain kendaraan bermotor roda dua (R2), roda 4 (R4), kendaraan besar (roda 6 atau lebih), kendaraan alat berat, seperti *excavator*, *crane*, *forklift*, *loader*, dan sebagainya. Mengingat banyaknya jenis kendaraan bermotor yang dikenai pajak dan dilayani pembayaran pajaknya di Samsat Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Pekanbaru Selatan, maka dalam penelitian ini penulis membatasi populasi penelitian pada wajib pajak kendaraan roda 2 dan roda 4 milik perorangan yang sedang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor, karena jenis kendaraan ini yang umum banyak dimiliki oleh masyarakat, sedangkan kendaraan besar dan alat berat umumnya dimiliki oleh perusahaan-perusahaan berskala besar.

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari Bidang Pengolahan Data dan Pengembangan Pendapatan Badan Pendapatan Provinsi Riau, selama tahun 2017 ada 184.822 wajib pajak yang telah melunasi pajak kendaraan bermotor roda 2 (dua) dan roda 4 (empat) di kantor Samsat Pekanbaru Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Laswell

Model Laswell menyatakan proses komunikasi adalah sebagai berikut ini *“Who, Says what, in wich channel, to whom, with what effect”*. Jawaban terhadap pertanyaan model Laswell itu merupakan rincian lima unsur proses komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek (dalam Ardial, 2015: 216).

Kualitas

Defenisi kualitas menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2008:94) mengatakan bahwa *“Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied need.”* Kualitas merupakan salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap individu atau karyawan.

Kualitas atau mutu adalah tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu. Menurut Feigenbaum pengertian kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing*, *engineering*, *manufature* dan *maintenance*, di mana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Ariani, 2014:4).

Kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami, karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang

lebih baru dan lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir (Kadir (2010:19).

Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis*, yang berarti ‘membuat kebersamaan’ atau ‘membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih’. Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya ‘berbagi’. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti:

- a) Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi.
- b) Untuk menjadikan paham (tahu).
- c) Untuk membuat sama.
- d) Untuk mempunyai sebuah hubunganyang simpatik.

Kata benda (*noun*), *communication*, berarti:

- a) Pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi.
- b) Proses pertukaran di anatar individu-individu melalui system simbol-simbol yang sama.
- c) Seni Untuk mengekspresikan gagasan-gagasan.
- d) Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi.

Evvert M. Roger mengatakan bahwa “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Mulyana, 2012:69).”

Pada prinsipnya komunikasi dapat menyentuh semua aspek kehidupan masyarakat atau sebaliknya semua aspek kehidupan menyentuh komunikasi. Itulah sebabnya komunikasi dikatakan sebagai *ubiquitous* atau ada di mana-mana. Artinya komunikasi itu selalu ada di mana saja dan kapan saja. Fenomena

komunikasi dapat memelihara dan menggerakkan kehidupan. Komunikasi dapat mengubah insting menjadi inspirasi, yaitu melalui proses atau sistem untuk bertanya, memberi perintah dan mengawasi. Ia juga sebagai alat untuk menggambarkan aktivitas masyarakat dan peradaban. Ia dapat memperkuat perasaan kebersamaan dengan saling bertukar informasi dan mengubah pemikiran menjadi tindakan (Arifin, 2008:20).

Menurut Hovland (dalam Arifin, 2008:25) menyatakan “Komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang lain.”

Komunikasi sudah banyak didefinisikan oleh banyak orang, jumlahnya sama dengan jumlah orang yang mendefinisikannya. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan suatu fenomena yang didefinisikan dan selanjutnya dievaluasi.

Menurut Stuart kata komunikasi atau *communication* dalam Bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”. *Communico* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah *communis* merupakan istilah yang sering disebut sebagai asal – usul kata komunikasi yang merupakan akar dari kata – kata lain yang mirip (Nurudin, 2016:8).

Seorang ahli komunikasi yaitu Carl L. Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk merubah perilaku orang lain (Nurudin, 2016:37). Sementara menurut Bernard Bavelson dan Gary A. Steiner komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi,

keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan simbol, kata, gambar, grafis, angka dan sebagainya.

Menurut Devito Serone dan Vora ada beberapa unsur komunikasi yang dikenal dengan unsur S-M-C-R-F-E (*source, message, channel, receiver, feedback, enviromental*) (Nurudin, 2016:44).

Kualitas Komunikasi

Kualitas komunikasi aparatur sipil negara dapat didefinisikan sebagai tingkat di mana aparatur berkontribusi terhadap kepuasan wajib pajak dalam penyampaian informasi dan bagaimana hal itu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi ketentuan pembayaran pajak kendaraan (PKB dan BBNKB) di Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan.

Kepuasan Pelanggan/Wajib Pajak

Kata “kepuasan atau *satification*” berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah “kepuasan pengunjung” lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesepakatan atau konsensus mengenai konsep kepuasan pengunjung: “apakah kepuasan merupakan respon emosional ataukah evaluasi kognitif Edwardson, Giese, dkk (dalam Tjiptono, 2014:353).

Kotler (2009:52) mengemukakan, faktor-faktor yang sering dipakai para peneliti untuk mengukur kepuasan konsumen (publik) dalam memperoleh pelayanan suatu lembaga atau birokrasi pelayanan adalah:

1) Kehandalan (*Realibility*)

Kemampuan melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Hal ini berarti jasa yang dikelola harus dilaksanakan dengan konsisten dan cermat. Indikator *realibility* meliputi:

- a. Menyediakan jasa pada waktu yang dijanjikan.
- b. Melaksanakan jasa dengan benar.
- c. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.
- d. Mempertahankan catatan bebas kesalahan.
- e. Karyawan yang mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

2) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan adalah kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Hal ini berarti manajemen harus memberikan tanggapan dengan cepat dan kreatif atas permintaan dan masalah konsumen. Indikator *responsivitas* meliputi:

- a. Layanan tepat waktu bagi pelanggan.
- b. Kesediaan untuk membantu pelanggan.
- c. Selalu memberitahu kapan layanan akan dilaksanakan.
- d. Kesiapan untuk merespons permintaan pelanggan.

3) Kepastian (*Assurance*)

Kepastian adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan. Indikator *assurance* meliputi :

- a. Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka.
- b. Karyawan yang selalu sopan.

- c. Karyawan yang menanamkan keyakinan pada pelanggan.

4) Empati (*Emphaty*)

Empati yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Atau berarti perhatian yang diberikan pemberi jasa pada kliennya. Indikator empati meliputi :

- a. Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian.
- b. Mengutamakan kepentingan terbaik pelanggan.

5) Wujud (*Tangible*)

Wujud adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi. Indikator *tangible* meliputi:

- a. Peralatan modern.
- b. Karyawan yang memiliki penampilan rapi dan profesional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan menggunakan desain korelasional untuk mengetahui hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain. Hubungan antara variabel tersebut dapat dinyatakan dengan besarnya koefisien korelasi dan keberartian (signifikansi) secara statistik. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh kualitas komunikasi aparatur terhadap kepuasan wajib pajak di kantor Bersama Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan.

Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menitikberatkan penyajian data yang berbentuk angka atau kuantitatifkan (skoring) dengan menggunakan statistik. Penelitian

kuantitatif mementingkan adanya variabel-variabel sebagai obyek penelitian dan variabel-variabel tersebut harus didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi variabel. Sedangkan penelitian korelasional adalah penelitian yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidak hubungan itu (Arikunto, 2010:12). Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian dilaksanakan. Penelitian ini dilakukan di kantor Bersama Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan yang beralamat di Jl. Jenderal Sudirman Nomor.6, Sidomulyo Timur, Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau, 28121. Waktu penelitian merupakan lama waktu yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Penelitian ini penulis laksanakan sejak bulan Februari hingga Oktober 2018. Populasi penelitian ini wajib pajak yang mengurus pembayaran pajak kendaraan bermotor roda dua (PKB R2) dan roda empat (PKB R4) di kantor Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan periode tanggal 1-15 September 2018, yaitu berjumlah 9.760. pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, menggunakan rumus Slovin batas toleransi kesalahan (e) adalah 10%, maka diperoleh jumlah sampel (n) sebesar 98,99 yang digenapkan menjadi 100. Uji validitas yaitu sebanyak 30 sampel wajib pajak Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan. *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, yang mana kuisioner penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's Alpha* variabel X dengan 10 pernyataan sebesar 0,920 dan variabel Y dengan 10 pernyataan sebesar 0,915, sehingga dapat disimpulkan bahwa data

yang dikumpulkan melalui kuisioner dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya. Uji determinasi 40%-59,9% kategori **Sedang**.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,756 ^a	0,571	0,876	2,024

Hasil di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas komunikasi memiliki korelasi dengan kepuasan wajib pajak di Samsat Pekanbaru Selatan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,756. Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square (R^2) adalah sebesar 0,571. Uji t jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak. Jika nilai t hitung $\leq$ t tabel, maka H_0 diterima. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuisioner dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini responden di kelompokkan menjadi 4, yaitu :

- Identitas responden berdasarkan umur.
- Identitas responden berdasarkan jenis kelamin.
- Identitas responden berdasarkan pendidikan.
- Identitas responden berdasarkan pekerjaan.

Tanggapan Responden Kualitas Komunikasi Aparatur Sipil Negara Indikator Komunikator

Persentase tanggapan 68% responden memberi tanggapan Sangat setuju (SS), kemudian diikuti dengan yang memberikan tanggapan Setuju (SS) 32%, dan Kurang Setuju (KS) 4% serta Tidak setuju (TS) 2%. Berdasarkan persentase tertinggi yang

diperoleh, maka dapat disimpulkan sebagian besar responden sangat setuju jika sumber adalah pihak yang berinisiatif dan memiliki kemampuan menjelaskan informasi dengan baik.

Tanggapan Responden Kualitas Komunikasi Aparatur Sipil Negara Indikator Pesan/Informasi

Persentase tanggapan responden yang sangat setuju (SS) yaitu 61,5%, kemudian diikuti dengan yang memberikan tanggapan Setuju (S) 34,5%, dan Kurang Setuju (KS) 8%. Berdasarkan persentase tertinggi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan sebagian besar responden sangat setuju jika pesan merupakan informasi yang diperlukan oleh wajib pajak untuk dapat memahami segala ketentuan yang diberlakukan dalam pelayanan di Kantor Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan.

Tanggapan Responden Kualitas Komunikasi Aparatur Sipil Negara Indikator Media

Persentase tanggapan responden yang setuju (S) terhadap kualitas komunikasi melalui sikap inisiatif dan kemampuan petugas Bapenda menjelaskan informasi dengan baik merupakan persentase yang paling tinggi, yaitu 64,5%, kemudian diikuti dengan yang memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) 32,5%, dan Kurang Setuju (KS) 2,5% serta Tidak Setuju 0,5%. Berdasarkan persentase tertinggi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan melalui indikator media informasi konvensional dan media informasi modern yang dapat diakses oleh wajib pajak, sehingga wajib pajak merasa terbantu.

Tanggapan Responden Kualitas Komunikasi Aparatur Sipil Negara Indikator Komunikator

Persentase tanggapan responden yang Setuju (S) terhadap kualitas

komunikasi melalui sasaran pesan merupakan persentase yang paling tinggi, yaitu 75,5%, kemudian diikuti dengan yang memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) 21,5%, dan Kurang Setuju (KS) 3%. Berdasarkan persentase tertinggi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan kualitas komunikasi dari instrumen sasaran informasi sangat diperlukan dalam menentukan berhasil tidaknya proses komunikasi yang diselenggarakan.

Tanggapan Responden Kualitas Komunikasi Aparatur Sipil Negara Indikator Efek

Persentase tanggapan responden yang Setuju (S) terhadap kualitas komunikasi melalui sikap inisiatif dan kemampuan petugas Bapenda menjelaskan informasi dengan baik merupakan persentase yang paling tinggi, yaitu 64%, kemudian diikuti dengan yang memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) 34%, dan Kurang Setuju (KS) 2%. Berdasarkan persentase tertinggi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan kualitas komunikasi dari instrumen efek informasi yang disampaikan membutuhkan adanya efek dalam bentuk tanggapan, reaksi dan perubahan sikap atau pandangan dari si penerima pesan.

Deskripsi Data Variabel Kepuasan Tanggapan Responden terhadap Indikator Kehandalan

Persentase tanggapan responden yang Sangat setuju (SS) terhadap kepuasan melalui indikator Kehandalan merupakan persentase yang paling tinggi, yaitu 63%, kemudian diikuti dengan yang memberikan tanggapan Setuju (SS) 29,5%, dan Kurang Setuju (KS) 6,51%. Berdasarkan persentase tertinggi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan kepuasan wajib pajak dari indikator kehandalan tersedianya fasilitas fisik yang baik, dan perilaku

yang memberikan rasa nyaman dalam melakukan transaksi.

Tanggapan Responden terhadap Indikator Ketanggapan

Persentase tanggapan responden yang Sangat setuju (SS) terhadap kepuasan melalui indikator *Responsiveness* merupakan persentase yang paling tinggi, yaitu 64,53%, kemudian diikuti dengan yang memberikan tanggapan Setuju (SS) 33%, dan Kurang Setuju (KS) 2,5%. Berdasarkan persentase tertinggi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan kepuasan wajib pajak dari indikator ketanggapan menyelesaikan secara akurat dan tepat waktu atau bahkan waktunya lebih singkat, adalah salah bentuk rasa tanggap petugas Bapenda terhadap kondisi wajib pajak yang mungkin masih memiliki tugas atau urusan lain.

Tanggapan Responden terhadap Indikator Kepastian

Persentase tanggapan responden yang Sangat setuju (SS) terhadap kepuasan melalui indikator kepastian merupakan persentase yang paling tinggi, yaitu 61,5%, kemudian diikuti dengan yang memberikan tanggapan Setuju (SS) 33%, dan Kurang Setuju (KS) 4,5% serta Tidak Setuj (TS) 1%. Berdasarkan persentase tertinggi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan kepuasan wajib pajak dari indikator kepastian adalah pengetahuan yang minim dalam pekerjaannya, dan juga sikap yang kaku dan kurang ramah.

Tanggapan Responden terhadap Indikator Empati

Persentase tanggapan responden yang Setuju (S) terhadap kepuasan melalui indikator empati merupakan persentase yang paling tinggi, yaitu 69,5%, kemudian diikuti dengan yang memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) 27,5%, dan Kurang Setuju (KS) 2,5% serta Tidak Setuju (TS) 0,5%.

Berdasarkan persentase tertinggi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan kepuasan wajib pajak dari indikator empati perhatian dan kepedulian dalam melayani.

Tanggapan Responden terhadap Indikator Wujud

Persentase tanggapan responden yang sangat Setuju (SS) terhadap kepuasan melalui indikator *Tangible* merupakan persentase yang paling tinggi, yaitu 66%, kemudian diikuti dengan yang memberikan tanggapan Setuju (S) 29,5%, dan Kurang Setuju (KS) 3,5% serta Tidak setuju 1%. Berdasarkan persentase tertinggi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan kepuasan wajib pajak dari indikator wujud, yaitu kondisi gedung dan ruang pelayanan yang bersih, nyaman, harum, sejuk, penataan ruangan yang harmonis, peralatan kerja yang modern, dan adanya peralatan informasi.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Perhitungan analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 22. nilai konstanta sebesar 8,911 dan nilai koefisien regresi variabel kualitas komunikasi sebesar 0,757. Oleh karena nilai koefisien regresi kualitas komunikasi (X) bernilai positif, maka dapat dikatakan kualitas komunikasi berpengaruh positif terhadap kepuasan wajib pajak, sehingga dari perhitungan di atas diperoleh persamaan regresinya adalah:

$$Y = 8,911 + 0,757X$$

Hasil uji parsial untuk variabel kualitas komunikasi diperoleh t hitung sebesar 11,425 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sesuai dengan konsensus, apabila nilai signifikansi < 0,05, maka H_0 di tolak dan dikarenakan t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_a diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa asumsi bahwa H_a yang menyatakan ada pengaruh kualitas komunikasi terhadap kepuasan dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau R Square (R^2) berguna untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih konkrit. Koefisien determinasi (R^2) akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel lain (Ashari dan Sentosa, 2005: 125). variabel kualitas komunikasi memiliki korelasi dengan kepuasan wajib pajak di Samsat Pekanbaru Selatan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,756. nilai koefisien determinasi atau R Square (R^2) adalah sebesar 0,571.

Pembahasan

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini dapat diketahui bahwa kualitas komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji parsial atau uji t yang diperoleh hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,937 sehingga R Square adalah 0,571 yang berarti sumbangan kualitas komunikasi terhadap kepuasan adalah sebesar 57,1%. Secara parsial kualitas komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan karena memperoleh signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga H_a yang berbunyi “ada pengaruh kualitas komunikasi terhadap kepuasan” diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kualitas komunikasi yang baik dalam akan memperoleh kepuasan wajib pajak, yang maksimal sedangkan dengan kualitas komunikasi yang kurang akan menghasilkan kepuasan yang rendah. Hal ini sesuai dengan model komunikasi yang menyatakan bahwa proses komunikasi adalah sebagai berikut ini “*Who, Says what, in wich channel, to whom, with what effect*” merupakan salah satu

faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan.

Berdasarkan koefisien determinasi yang menghasilkan nilai 0,571 atau 57,1% yang berarti berada pada range interval 40,00% - 59,99%, menunjukkan bahwa peningkatan kualitas komunikasi memberi pengaruh yang **Sedang** terhadap peningkatan kepuasan wajib pajak.

Berdasarkan hasil analisis uji t diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel (X) terhadap variabel (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t sebesar 11,425, sedangkan nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% dengan db = n-2 adalah 1,984. Hasil ini menunjukkan nilai t hitung (11,425) lebih besar dari nilai t tabel (1,984), yang berarti bahwa H_0 diterima. Selain itu juga diperoleh persamaan regresi $Y = 8,911 + 0,571X$. Persamaan tersebut sesuai dengan rumus regresi linier sederhana yaitu $Y = a + bX$, dimana Y merupakan lambang dari variabel terikat, a=konstanta, b=koefisien regresi untuk variabel bebas (X). Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa dari hasil uji t, hipotesis (H_a) yang menyatakan terdapat pengaruh kualitas komunikasi terhadap kepuasan wajib pajak di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Pekanbaru Selatan dinyatakan dapat diterima.

Hasil tersebut menunjukkan kualitas komunikasi aparatur memberi pengaruh yang positif terhadap kepuasan wajib pajak di kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Pekanbaru Selatan. Pengaruh tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien regresi sebesar 0,571, dimana setiap nilai kualitas komunikasi naik 1, maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan wajib pajak sebesar 0,571. Sebaliknya, apabila nilai kualitas komunikasi turun 1, maka akan diikuti dengan penurunan

kepuasan wajib pajak sebesar 0,571. Namun, apabila nilai kualitas komunikasi tidak bertambah dan tidak berkurang, atau diasumsikan nilai kualitas komunikasi tetap, maka nilai kepuasan wajib pajak akan konsisten berada pada angka 8,911.

Besar pengaruh kontribusi kualitas komunikasi aparatur terhadap kepuasan wajib pajak ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,571. Nilai ini mengandung arti, bahwa kontribusi pengaruh kualitas komunikasi (X) terhadap kepuasan wajib pajak (Y) adalah sebesar 57,1%, sisanya sebesar 42,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan kata lain, pengaruh kualitas komunikasi sangat dominan terhadap tingkat kepuasan wajib pajak di kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Pekanbaru Selatan.

Penelitian ini sesuai dengan Teori Laswell, bahwa komunikasi terjadi disebabkan adanya lima unsur yang saling terkait, yaitu Komunikator, Pesan, Media, Komunikan, Efek. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh sebagai berikut:

- Komunikator adalah aparatur pelayanan (petugas) yang bertugas memberikan pelayanan di setiap loket pelayan.
- Pesan yang disampaikan adalah informasi mengenai standar operasional dan prosedur pelayanan, mekanisme pelayanan, dan informasi lain untuk mengingatkan wajib pajak untuk taat membayar pajak kendaraan bermotornya agar tidak dikenai sanksi keterlambatan.
- Media atau saluran yang digunakan adalah dalam bentuk mikropon, surat atau papan pengumuman (maklumat), baliho, spanduk, komputer informasi, dan website info pajak.

- d. Komunikasikan adalah wajib pajak, sasarannya adalah wajib pajak yang pembayarannya akan jatuh tempo dan wajib pajak yang menunggak.
- e. Efek yang diharapkan adalah timbulnya kesadaran wajib pajak untuk mematuhi ketentuan membayar pajak kendaraan bermotornya tepat waktu dan memenuhi seluruh kelengkapan administrasi yang dipersyaratkan dalam mematuhi pembayaran pajak kendaraan bermotor.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Murniyati (2011) yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Komunikasi Karyawan Terhadap Tingkat Kepuasan Kerja (Studi Eksplanatif Kuantitatif di Carrefour Maguwo Yogyakarta), dan Anggara (2013) yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Tutor Terhadap Kepuasan Siswa Didik di LBB Primagama Diponegoro Yogyakarta, maupun Setiawan (2014) yang telah meneliti tentang Pengaruh Kualitas Komunikasi UPWARD terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan di PT. Graha Farma Solo, maka penelitian yang penulis lakukan ini juga membuktikan bahwa kualitas komunikasi aparatur memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak di Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas komunikasi memberi pengaruh yang positif, dimana setiap kenaikan kualitas komunikasi akan meningkatkan kepuasan wajib pajak terhadap kualitas komunikasi aparatur pelayanan di Samsat (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Pekanbaru Selatan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan, antara lain:

1. Sebagian besar Responden memberikan tanggapan Sangat Setuju terhadap item kualitas komunikasi aparatur di kantor Bersama Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Pekanbaru Selatan, sehingga kualitas komunikasi aparatur Samsat Pekanbaru Selatan dapat memberikan kepuasan terhadap wajib pajak.
2. Sebagian besar Responden memberikan tanggapan Sangat Setuju terhadap item Kepuasan, sehingga kepuasan wajib pajak terhadap kualitas komunikasi aparatur sipil negara Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Pekanbaru Selatan memiliki kemampuan dalam proses berkomunikasi.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai t hitung sebesar 11,425, sedangkan t tabel adalah 1,984, sehingga hipotesis H_a dinyatakan dapat diterima dikarenakan t hitung $>$ t tabel, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas komunikasi terhadap kepuasan wajib pajak. Besar pengaruh kualitas komunikasi terhadap kepuasan wajib pajak adalah sebesar 57,1%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Saran

Untuk peningkatan kualitas komunikasi aparatur di kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Pekanbaru Selatan, penulis

menyarankan kepada manajemen Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Pekanbaru Selatan sebagai berikut:

- 1) Peningkatan kapasitas personal aparatur pelayanan sebagai sumber informasi (komunikator) melalui pendidikan dan latihan (diklat) kehumasan dan kepribadian sebagai upaya memperluas wawasan dan keterampilan aparatur dalam memberikan layanan informasi kepada wajib pajak.
- 2) Menerapkan standar etika pelayanan yang terukur, sehingga wajib pajak dapat mengetahui sejauh mana etika pelayanan yang dilaksanakan oleh aparatur di kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Pekanbaru Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abuzar, Asra, dkk. 2015. *Metode Penelitian Survey*. Bogor: In Media.
- Arifin, Zainal. 2008. *Dasar-dasar Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta : Grasindo
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardial. 2015. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Ariani, A.P. 2014. *Aplikasi Metodologi Penelitian Kebidanan dan Kesehatan Reproduksi*. Yogyakarta : Nuha Medika
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kelima*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Gerson, Richard. 2013. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Crisp Publication
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kadir, Abdul. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta : Andi
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milinium*. Gramedia. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Public Relation Writing*. Jakarta : Kencana
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Rosdakarya
- Nugroho, Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta
- Nurudin. 2016. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Priyatno, Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisa Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo
- Sendjaja, S. Djuarsa. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sudjana. 2003. *Teknik Sampling*. Jakarta: Grafindo
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kesembilan. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management*. Yogyakarta CV. Andi Offset
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wellington, C. 2008. *Costumer Behavior*. Alih Bahasa Alexander Sindoro. Jakarta: Erlangga.
- Yasir. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- Zeithaml dan Bitner. 2003. *Service Marketing Intergrating Customer Focus Across Firm, 3rd edition*. Boston : Mc GrowHill/Irwin.

Skripsi

- Murniyati, Bernedeta. 2011. *Pengaruh Kualitas Komunikasi Karyawan Terhadap Tingkat Kepuasan Kerja (Studi Eksplanatif Kuantitatif di Carrefour Maguwo Yogyakarta)*.
- Anggara, Aditya. 2013. *Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Tutor Terhadap Kepuasan Siswa Didik di LBB Primagama Diponegoro Yogyakarta*.
- Setiawan, Liliana. 2014. *Pengaruh Kualitas Komunikasi UPWARD Terhadap Kepuasan Komunikasi*

*Karyawan di PT. Graha Farma
Solo.*