

ABSTRAK

Partisipasi masyarakat dalam perpajakan merupakan faktor penting dalam mendukung optimalisasi penerimaan negara. Direktorat Jenderal Pajak Kantor Wilayah Jawa Tengah I sebagai instansi pemerintah dituntut untuk melakukan inovasi kehumasan, khususnya melalui media sosial, guna meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi kehumasan yang dilakukan DJP Kanwil Jateng I dalam meningkatkan partisipasi pajak melalui media digital dengan analisis Teori Kekayaan Media. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi, wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Teori Kekayaan Media dalam inovasi kehumasan DJP Kanwil Jateng I melalui media digital memiliki beragam tingkat keoptimalan. Kesuksesan komunikasi digital DJP Kanwil Jateng I banyak didukung oleh aspek visual dan penggunaan Bahasa yang sederhana, sementara interaktivitas dan personalisasi masih memerlukan pengembangan lebih lanjut. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan dan pengelolaan media digital yang sesuai dengan prinsip Teori Kekayaan Media menjadi faktor penting dalam meningkatkan partisipasi pajak secara keberlanjutan.

Kata kunci: Inovasi Kehumasan, DJP Kanwil Jateng I, Media Sosial, Teori Kekayaan Media, Partisipasi Pajak.

ABSTRACT

Public participation in taxation is a crucial factor in supporting the optimization of state revenue. Direktorat Jenderal Pajak Kantor Wilayah Jawa Tengah I as a government agency, is required to innovate public relations, particularly through social media, to increase taxpayer awareness and compliance. This study aims to analyze the public relations innovations implemented by the DJP Kanwil Jateng I in increasing tax participation through digital media using Media Richness Theory. The research method used is qualitative research with a descriptive approach. Data collection techniques include in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis was conducted through the stages of data condensation, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study indicate that the application of Media Richness Theory in the public relations innovations of the DJP Kanwil Jateng I through digital media has varying levels of optimality. The success of DJP Kanwil Jateng I's digital communication is largely supported by visual aspects and the use of simple language, while interactivity and personalization still require further development. The implications of this study indicate that the selection and management of digital media in accordance with the principles of Media Richness Theory are crucial factors in increasing tax participation sustainably.

Keywords: Public relations innovation, DJP Kanwil Jateng I, Social Media, Media Richness Theory, Tax Participation.