

**PERSEPSI MASYARAKAT WAJIB PAJAK SLEMAN  
TERHADAP PESAN IKLAN PAJAK VERSI “PATRIOT  
BANGSA” DI TELEVISI PASCA TERUNGKAPNYA  
MAKELAR PAJAK DI DIREKTORAT JENDERAL  
PAJAK (DJP)**

**Skripsi**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh**

**SEPTA ARDINATA**

**2004 053 0026**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA  
2011**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta:

Hari : Senin  
Tanggal : 18 April 2011  
Tempat : R. Editing

## **SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua**

**Suciati, S.Sos., M.Si**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Zein Mufarrih Muktaf, S.IP**

**Aswad Ishak, S.IP., M.Si**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)  
Tanggal : 18 April 2011

**Aswad Ishak , S.IP. M.Si.**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**2011**

## Moto



- © *Jika Anda menginginkan sesuatu yang belum pernah anda miliki, Anda harus bersedia melakukan sesuatu yang belum pernah Anda lakukan.  
If you want something you've never had, you must be willing to do something you've never done.*  
(Thomas Jefferson)
  
- © *Orang yang berhasil akan mengambil manfaat dari kesalahan-kesalahan yang ia lakukan, dan akan mencoba kembali untuk melakukan dalam suatu cara yang berbeda.*  
(Dale Carnegie)
  
- © *Keluarlah dari dirimu dan serahkanlah segalanya kepada Allah. Penuhi hatimu dengan Allah. Patuhilah kepada perintah-Nya dan larikanlah dirimu dari larangan-Nya, supaya nafsu badaniahmu tidak memasuki hatimu setelah ia keluar. Untuk membuang nafsu-nafsu badaniah dari hatimu, kamu harus berjuang melawannya dan jangan menyerah kepadanya dalam keadaan bagaimanapun juga dan dalam tempo kapanpun juga.*  
(Syeikh Abdul Qadir Jailani)
  
- © *"Luwih Becik Urip iku Samadya (Sak cukupe, Sak Perlune, Sak Enake).  
"Lebih baik orang hidup itu Samadya (Secukupnya, Seperlunya, Senyamannya).*  
(Falsafah Jawa)

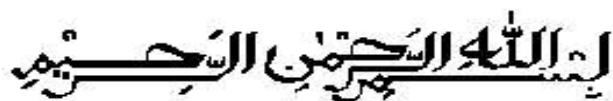
## PERSEMBAHAN



**Segala yang telah kuperjuangkan selama ini kupersembahkan  
untuk:**

- ⊙ Allah swt...
- ⊙ Kedua orang tuaku tercinta, mama terimakasih atas do'a yang telah engkau panjatkan siang & malam hapus air matamu, papa setiap tetesan peluh & nasihatmu selalu menjadi semangat dalam langkahku...kalian tak tergantikan dalam hidupku...
- ⊙ Adik-adikku Desri, Merda, Delpa...kalian semua juga tak patah semangat untuk memberikan dukungan buat Sak Eta', jangan ikuti jejak buruk sak tp ikutilah jejak baik sak...Sak sayang kalian semua...
- ⊙ Keluarga besarku di Lampung terimakasih atas kritik & saran kalian, setiap ucapan dan tindakan kalian tersimpan di dalam ingatan & kenanganku...
- ⊙ Buk suci terimakasih telah sabar membimbing aku, engkau salah satu guru terbaikku...
- ⊙ Dosen Ilmu Komunikasi terimakasih atas ilmu yang kalian berikan...
- ⊙ Bian endut...thank's bgt ya atas dukunganmu, kau tak henti-henti memberikan dukungan & telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga apa yg kita cita-citakan dapat terwujud amin...
- ⊙ Teman-teman dadan, masko, abrar, aan, angga, anie dll banyak canda tawa yang kita lewati susah & senang, aku selalu merindukan suasana dan sikap konyol kalian...
- ⊙ Buat orang-orang yg setiap saat menanyakan "kapan lulus"....ini juga kupersembahkan buat kalian semua...
- ⊙ Terimakasih buat almamaterku

## KATA PENGANTAR



Segala puji syukur ke-hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul **PERSEPSI MASYARAKAT WAJIB PAJAK SLEMAN TERHADAP PESAN IKLAN PAJAK VERSI ‘PATRIOT BANGSA’ DI TELEVISI PASCA TERUNGKAPNYA MAKELAR PAJAK DI DIREKTORAT JENDERAL PAJAK (DJP)** ini sebagai salah satu syarat kelulusan program studi Ilmu Komunikasi S-1 di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Proses penyusunan skripsi ini banyak mengalami kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, untuk itu disampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir.H,M.Dasron Hamid,M.Sc selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Aswad Ishak,S.IP,M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakulats ISIPOL Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dosen pembimbing Ibu Suciati ,S.sos,M.Si, yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Adit Mulawarman,SE,MM dan Bapak Yanto lie,ST selaku pemilik Mutiara Art & Antique dan Alnect Komputer yang telah memberikan izin, waktu, tempat pelaksanaan penelitian dan informasinya.

5. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, atas ilmu yang diberikan selama dibangku kuliah.
6. Bapak dan ibu selaku staf karyawan Akademik Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu selama proses studi saya.
7. Ayahanda dan Ibunda serta adik-adiku tercinta yang telah memberikan dorongan dan semangat baik spiritual maupun material dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman angkatan 2004 yang sudah banyak memberikan dukungan.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas bantuan dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik diharapkan guna kesempurnaan skripsi ini dan semoga dapat bermanfaat bagi semua yang berkepentingan.

Yogyakarta, 2011

Penulis

Septa Ardinata

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
ABSTRAK .....	ix
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Kerangka teori .....	9
1. Teori S-O-R .....	9
2. Persepsi .....	11
3. Iklan .....	17
F. Metode penelitian .....	23
1. Jenis penelitian .....	23
2. Data penelitian .....	24
3. Kriteria informan .....	25
4. Teknik pengumpulan data .....	26
5. Teknik analisa data .....	27
6. Teknik keabsahan data .....	28

BAB II OBYEK PENELITIAN .....	30
A. Profil ILM pajak versi “patriot bangsa” .....	30
B. Alenct Komputer .....	34
C. Mutiara Art & Antique .....	37
BAB III SAJIAN DATA dan PEMBAHASAN .....	43
A. Sajian data .....	43
1. profil informan.....	43
2. persepsi informan terhadap ILM pajak.....	44
B. Pembahasan .....	84
BAB IV. PENUTUPAN .....	110
A. Kesimpulan .....	110
B. Saran.....	112

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN



## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Departemen Ilmu Komuniksai**

**Konsentrasi Advertesing**

**Septa Ardinata**

**Persepsi Masyarakat Wajib Pajak Sleman Terhadap Pesan Iklan Pajak di  
Televisi Versi “Patriot Bangsa” Pasca Terungkapnya Makelar Pajak di  
Dirjen Pajak**

**Tahun Skripsi : 2011 + 112 halaman**

**Daftar pustaka : 16 buku + 6 Sumber Internet**

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) pajak versi “patriot bangsa” ditayangkan pasca terungkapnya makelar pajak. Pesan yang disampaikan dalam ILM ini adalah untuk meraih atau memperjuangkan suatu cita-cita luhur dibutuhkan pengorbanan. Dari ILM pajak ini, tentunya akan muncul persepsi para pemirsa yang melihatnya. Penelitian ini berusaha mencari bagaimana persepsi masyarakat terhadap pesan iklan pajak versi “patriot bangsa” pasca terungkapnya makelar pajak di Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Sedang tujuan dari penelitaian adalah untuk menggambarkan persepsi masyarakat terhadap pesan iklan pajak versi “patriot bangsa” pasca terungkapnya makelar pajak di Direktorat Jenderal Pajak (DJP), dan Mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya persepsi masyarakat Sleman Yogyakarta terhadap pesan iklan pajak pasca terungkapnya makelar pajak di Direktorat Jenderal Pajak (DJP).

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif deskriptif dan dianalisis secara kualitatif. Lokasi penelitian di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Informan dalam penelitian ini untuk mengetahui persepsi dari masyarakat terhadap iklan pajak, serta pengaruhnya terhadap tanggapan, kesan dan sikap terhadap iklan tersebut. Kriteria informan yang masuk dalam penelitian ini adalah pemilik usaha perdagangan *computer* dan *acesoris* Alnect dan pengusaha dibidang meubel *Mutiara Art & Antique*. Tehnik analisa data adalah analisis data kualitatif. Pada penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kedua informan tentang ( pesan (*stimulus*), bahasa, masalah pajak dan budaya) mempunyai pengaruh yang negatif terhadap persepsi masyarakat Sleman terhadap pesan iklan pajak versi “patriot bangsa” di televisi pasca terungkapnya makelar pajak di Dirjen pajak. Faktor -faktor yang mempengaruhi terbentuknya persepsi: stimuli, ciri khas kepribadian, pengaruh kelompok dan perbedaan kultur.

**Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat (ILM), Persepsi, Makelar Pajak**