# *POLICY COMMUNICATION* PEMUTIHAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR (PKB) DI KOTA JAMBI

**Asyfa Khairunnisa**
32.0182
Institut Pemerintahan Dalam Negeri
Email : asyfakhairunnisa@gmail.com
Dosen Pembimbing: Vinda Verina Kartika Dewi Primasari, S.STP., M.Tr.I.P.

## *ABSTRACT*

***Problem/Background (GAP):*** *A mismatch in the ratio between the number of taxpayers and the number of motor vehicles. This increase highlights a growing number of vehicles, but not all owners are meeting their tax obligations, pointing to potential issues in tax collection and a rise in tax delinquencies.* ***Purpose:*** *The purpose of this research is to explore the effectiveness of policy communication in the implementation of the motor vehicle tax amnesty and to identify any barriers encountered in the policy communication process in Jambi City.* ***Method:*** *This study adopts a descriptive qualitative method, gathering data through observation, interviews, and documentation. The analysis was conducted with the help of Atlas.Ti.9 software, which facilitated the coding and analysis process. Informants were chosen using purposive and accidental sampling techniques.* ***Results:*** *The study found that the communication of the Motor Vehicle Tax Amnesty policy in Jambi City has generally been effective. Six key aspects of communication, analyzed using Atlas.Ti.9, were found to be interconnected and mutually reinforcing. Despite this, UPTD SAMSAT Jambi City encountered several obstacles, including low public participation in policy planning and decision-making, as well as insufficient public understanding of the policy's procedures and implementation steps.* ***Conclusion:*** *In summary, policy communication for the Motor Vehicle Tax Amnesty (PKB) in Jambi City has been largely successful, with minimal significant issues during the process. However, challenges such as limited public understanding and engagement persist and need to be addressed for optimal policy outcomes.*

***Keywords:*** *Policy Communication, Motor Vehicle Tax*

## ABSTRAK

**Permasalahan/Latar Belakang (GAP):** Ketidaksesuaian rasio antara jumlah wajib pajak dan jumlah kendaraan bermotor. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak kendaraan yang dimiliki, tetapi tidak semua pemilik memenuhi kewajiban pajaknya, sehingga mengindikasikan potensi masalah dalam pengumpulan pajak yang menimbulkan peningkatan jumlah tunggakan pajak. **Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *policy communication* kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor serta hambatan yang ditemukan terkait *policy communication* pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi. **Metode:** Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan memanfaatkan *software* Atlas.Ti.9 digunakan penulis untuk membantu dalam melakukan pengkodingan serta analisis melalui fitur-fitur yang tersedia. Penentuan informan ditentukan dengan teknik *purposive sampling* dan *accidental sampling*. **Hasil/Temuan:** Temuan yang diperoleh penulis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Pelaksanaan *policy communication* mengenai program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Jambi dinilai sudah berjalan secara

efektif. Enam aspek komunikasi yang telah dianalisis melalui proses pengkodean di Atlas.Ti.9 menunjukkan adanya keterkaitan yang saling mendukung antar aspek tersebut. Meski demikian, UPTD SAMSAT Kota Jambi menemukan beberapa hambatan dalam implementasinya, seperti kurangnya keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan, serta masih rendahnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap prosedur dan tahapan pelaksanaan kebijakan. **Kesimpulan:** *Policy Communication* Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi secara umum berjalan dengan baik. Hal ini ditandai selama proses komunikasi yang dilaksanakan tidak terjadi permasalahan yang berarti, akan tetapi masih terdapat kendala dan hambatan seperti tingkat pemahaman dan tingkat keterlibatan masyarakat sebagai target dari kebijakan.
**Kata kunci:** *Policy Communication,* Pajak Kendaraan Bermotor

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Komunikasi kebijakan merupakan elemen krusial dalam proses pembuatan dan pelaksanaan kebijakan publik, karena berfungsi menjembatani pemahaman antara pemerintah dan masyarakat. Setiap kebijakan terdiri dari rangkaian tindakan yang saling terkait, sehingga komunikasi yang efektif sangat menentukan keberhasilan implementasi (LeGreco & Tracy, 2009). Meskipun kebijakan dirancang dengan baik, tanpa komunikasi yang jelas dan konsisten, penerimaan dan pelaksanaannya akan terhambat. Meningkatkan kepercayaan publik menjadi prioritas karena berpengaruh pada dukungan masyarakat (LAN, 2021). Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk menyampaikan tujuan dan instruksi kebijakan secara tepat kepada pelaksana dan sasaran, sehingga mereka memahami peran dan prioritasnya (Howlett & Fraser, 2009; Kadji, 2015). Ketidakefektifan komunikasi dapat menimbulkan kesalahpahaman, meningkatkan risiko kesalahan, dan memicu resistensi dari kelompok sasaran maupun pemangku kepentingan (Rachmawati, 2019; Syaripudin et al., 2020; Edward III (1990) dalam Winarno, 2016). Oleh sebab itu, komunikasi dan koordinasi yang baik sangat penting agar kebijakan dapat dijalankan dengan efektif dan tujuan tercapai.

Dilansir dari website resmi LAN dengan judul "Penerapan Strategi Komunikasi Kebijakan yang Baik Memegang Peran Kunci Bagi Efektivitas Implementasi Kebijakan", terdapat lima tantangan utama dalam komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Masyarakat yang terfragmentasi dengan beragam kepentingan sulit dijangkau secara efektif. Pemerintah masih menggunakan pendekatan komunikasi satu arah tanpa umpan balik, sehingga minim dialog. Penggunaan media digital oleh pemerintah juga terbatas, padahal media sosial dapat memperluas keterlibatan publik. Selain itu, partisipasi masyarakat dalam proses kebijakan masih rendah, yang berdampak pada dukungan yang kurang optimal. Terakhir, koordinasi yang kurang antar kementerian menyebabkan ketidakkonsistenan informasi. Hal ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang lebih baik untuk meningkatkan efektivitas dan partisipasi masyarakat.

Komunikasi kebijakan dalam program pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) sangat krusial untuk memastikan pemahaman yang baik antara masyarakat, pemilik kendaraan, dan pemerintah (M Nasrun Nur et al., 2024). Kebijakan ini muncul sebagai respons terhadap pertumbuhan penduduk dan meningkatnya ketergantungan pada kendaraan bermotor, yang dipicu oleh kemudahan pembelian dari dealer dan perubahan preferensi masyarakat seiring waktu (Asri Aditya et al., 2021). Peningkatan daya beli juga berkontribusi pada pendapatan daerah (Saputra Et. al, 2022).

Pemutihan pajak kendaraan bermotor merupakan salah satu kebijakan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada pemilik kendaraan bermotor dalam membayar pajak yang terutang. Berdasarkan Pasal 74 ayat (2) huruf b Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, penghapusan registrasi dan identifikasi kendaraan dapat dilakukan jika pemilik kendaraan bermotor tidak melakukan registrasi ulang sekurang-kurangnya 2 (dua) Tahun setelah habis masa berlaku STNK. Menindaklanjuti hal ini, Gubernur Jambi mengeluarkan Peraturan Gubernur Jambi Nomor 4 Tahun 2017 tentang Pembebasan Sanksi Administratif Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor serta Pembebasan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor di Tahun 2017. Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) ditugaskan dalam proses pelaksanaan kebijakan ini. Kebijakan ini diharapkan mendorong kepatuhan dan meningkatkan penerimaan pajak, meski kepemilikan kendaraan yang meningkat belum diimbangi dengan tingkat kepatuhan yang optimal (Fadhillah Rasyid, 2022; Saputra Et. al, 2022).

Jumlah kendaraan bermotor di sebagian besar Kabupaten/Kota di Provinsi Jambi meningkat signifikan, dari 1.483.111 unit pada 2019 menjadi 2.255.874 unit pada 2023. Meski jumlah wajib pajak juga bertambah, yaitu dari 707.202 menjadi 715.853 orang, kenaikan ini tidak seimbang dengan pertumbuhan kendaraan. Kota Jambi menjadi daerah dengan jumlah kendaraan dan wajib pajak tertinggi, dengan kendaraan naik dari 586.694 unit pada 2019 menjadi 960.222 unit pada 2023, terutama lonjakan besar antara 2021 dan 2022. Namun, data tahun 2021 menunjukkan ketidakstabilan yang perlu diklarifikasi. Sementara itu, jumlah wajib pajak fluktuatif, dengan puncak di 2019 sebanyak 381.260 orang, lalu turun pada tahun berikutnya. Rasio kendaraan per wajib pajak meningkat dari 2 menjadi 3 unit, menandakan banyak kendaraan yang tidak didukung oleh kepatuhan pajak yang memadai. Data UPTD SAMSAT Kota Jambi 2023 mencatat 8.293 kendaraan roda empat dan 26.126 roda dua menunggak pajak, mencerminkan rendahnya kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban pajak kendaraan.

Dalam konteks ini, penelitian mengenai komunikasi kebijakan dalam kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor menjadi relevan untuk dilakukan. Dengan memahami bagaimana komunikasi kebijakan memengaruhi partisipasi masyarakat, pemerintah dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih tepat dan efisien (Amelia, 2021). Pemahaman mendalam tentang peran komunikasi dalam mendorong partisipasi masyarakat memungkinkan pemerintah merancang strategi yang lebih efektif (Claudet, 2012). Oleh karena itu, penelitian berjudul "*Policy Communication Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi*" dilakukan dan diharapkan dapat mengkaji komunikasi kebijakan dalam proses pelaksanaan kebijakan pemutihan pajak kendaraan di Kota Jambi.

## 1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil

Terdapat beberapa permasalahan berkaitan dengan kebijakan pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi. Tingginya jumlah kendaraan yang menunggak pajak kendaraan mencerminkan rendahnya tingkat kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban membayar pajak kendaraan. Dapat dilihat pada pelaksanaan kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor yang dihadapkan dengan berbagai tantangan, seperti kurangnya pemahaman masyarakat tentang manfaat dan prosedur yang harus diikuti, ketidakjelasan prosedur pelaksanaan, dan minimnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah (Biduri, 2024; Nasution & Saputra, 2016; Putri & Wibowo, 2021). Berdasarkan pernyataan Kepala Seksi

Pendataan, Penyuluhan, Penagihan Pajak Daerah dan Penerimaan Lainnya, diketahui SAMSAT Kota Jambi telah melakukan kegiatan sosialisasi namun terbatas dilakukan di kelurahan dengan melibatkan setiap Ketua RT yang ada di wilayah tersebut. Hal ini disebabkan jika mengundang seluruh masyarakat banyak diantaranya yang tidak menghadiri kegiatan sosialisasi tersebut dengan berbagai alasan. Sehingga membuat penyampaian akan informasi prosedur pemutihan pajak menjadi tidak maksimal. Minimnya pengetahuan masyarakat akan kebijakan ini menimbulkan ketidakjelasan dalam prosedur pelaksanaan sehingga menyebabkan kebingungan dan ketidakpastian bagi masyarakat yang ingin memanfaatkan kebijakan ini. Pada kondisi ini, komunikasi dibutuhkan tidak hanya untuk menjelaskan tujuan dan manfaat kebijakan, tetapi juga memberikan informasi yang jelas mengenai prosedur, syarat, dan tenggat waktu yang harus dipatuhi oleh Masyarakat (Rachmawati, 2019). Dengan penjelasan yang transparan, masyarakat akan lebih memahami pentingnya pemutihan pajak sebagai langkah untuk mendorong kepatuhan pajak (Andiani et al., 2024).

### 1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, baik dalam konteks kebijakan komunikasi maupun konteks implementasi kebijakan. Penelitian sebelumnya berguna sebagai referensi dalam mendukung penyusunan kajian ini.

Penelitian Nurlina dkk. (2024) berjudul *Public Policy Communication in the Process of Implementing the Independent Learning Program for Remote Indigenous Peoples of Parigi Moutong Regency* menggunakan teori Komunikasi yang dikemukakan oleh Laswell dan Teori Implementasi Kebijakan yang dikemukakan oleh Edward III menunjukkan bahwa implementasi kebijakan pembelajaran mandiri di komunitas adat terpencil suku Lauje menghadapi tantangan yang signifikan. Diantaranya Kurangnya Sumber Daya, Masalah Komunikasi, Hambatan Geografis dan Teknologi, Kesenjangan Pendidikan, dan Komunikasi Kebijakan.

Putra & Dewi (2023) meneliti *Implementasi Sistem Informasi manajemen Bangunan Gedung (SIMBG) di Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (DPUPR( Kota Palayangkaraya* untuk memperoleh gambaran mengenai implementasi Sistem Informasi Manajemen Bangunan Gedung (SIMBG) di Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah dan mendeskripsikan faktor penghambat implementasi aplikasi yang dimaksud dengan menggunakan penelitian kualitatif metode deskriptif induktif dan teori implementasi dari Edward III. Ditemukan bahwa implementasi bahwa SIMBG sudah diterapkan, namun belum optimal terutama dalam aspek komunikasi (kurangnya sosialisasi), sumber daya manusia (SDM kurang ahli), dan disposisi (minim insentif). Peneliti menyarankan pemerintah meningkatkan sosialisasi, pelatihan teknis, dan pemberian insentif untuk mendukung penggunaan aplikasi ini.

Wisdayanti dkk. (2022) dalam penelitiannya berjudul *Partisipasi Masyarakat dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Melalui E-SAMSAT Selama Pandemi* COVID-19 *di Bapenda Sulawesi Selatan* bertujuan untuk menganalisis implementasi partisipasi masyarakat dalam pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Makassar selama tiga tahun terakhir serta faktor penghambatnya dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan Hasil menunjukkan e-SAMSAT mempermudah administrasi dan meningkatkan penerimaan PKB di Kota Makassar, dengan kenaikan pajak sebesar 3,51% pada 2020-2021. Keberhasilan ini didukung oleh sistem online penuh dan pelayanan petugas e-SAMSAT.

Penelitian yang dilakukan oleh Rangkuti (2021) dengan judul *Komunikasi Kebijakan Publik dalam Implementasi Program* E-Parking *Kota Medan* untuk menilai komunikasi kebijakan *e-parking* yang dilakukan oleh Pemerintah kota Medan dengan mnegadopsi teori trple helix, mengungkapkan bahwa program *e-parking* memiliki berbagai pro dan kontra, serta menganalisis bagaimana dua lembaga resmi, yaitu Pemerintah Kota dan PT LGE, melakukan proses komunikasi kebijakan kepada publik, khususnya kepada juru parkir dan masyarakat.

Hasibuan dkk. (2021) melalui jurnalnya yang berjudul *Pengembangan Kompetensi Aparatur pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kot Medan provinsi Sumatera Utara* mencoba melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengembangan kompetensi aparatur dalam meningkatkan pelayanan pajak bumi dan bangunan pada BPPRD di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Sumber daya manusia aparatur menjadi salah satu dari delapan tujuan area perubahan reformasi birokrasi. Hal ini disebabkan karena sumber daya manusia aparatur merupakan pelaku yang bekerja dan menjalankan fungsi pemerintahan. Salah satu fungsi pemerintahan adalah menyelenggarakan pelayanan publik. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kompetensi yang dimiliki aparatur BPPRD Kota Medan dalam pelayanan pajak dinilai kurang baik. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yang dapat menghambat pengembangan kompetensi. Faktor penghambatnya yaitu keterbatasan anggaran dalam pengembangan kompetensi, keterbatasan jumlah kuota peserta pelatihan dan pendidikan, kurangnya penguasaan terhadap penggunaan teknologi informasi, serta sarana dan prasarana yang belum memadai.

Ike Rachmawati (2019) dalam penelitiannya berjudul *Strategi Komunikator dalam Meningkakan kualitas Pelayanan Pelanggan Air Minum PDAM Kota Sukabumi* menilai secara empirik fakta-fakta yang terjadi di lapangan serta menganalisis secara ilmiah variabel penelitian mengenai strategi komunikator dan kualitas pelayanan menggunakan teori komunikasi oleh Harold D. Lasswell. Hasilnya mengindikasikan bahwa strategi komunikator memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pelanggan PDAM Kota Sukabumi. Pengaruh yang paling besar terlihat pada dimensi hasrat, di mana pelanggan mengharapkan petugas PDAM menunjukkan keinginan yang kuat dalam memberikan pelayanan. Selain itu, dimensi empati juga mendapatkan penilaian tinggi dari pelanggan, terutama dalam hal prioritas kepentingan pelanggan.

Penelitian berjudul *Effectiveness of The Role of Information Systems and Policy Systems in Educational Management to Improve The Quality of Public Service in Cileunyi District, Bandung Regency* yang dilakukan oleh Ade Tutty R. Rosa bertujuan untuk untuk mengetahui faktor penghambat, dukungan dalam meningkatkan kualitas layanan publik, layanan kebijakan pendidikan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa sistem informasi manajemen sangat penting dalam pengelolaan dan penyampaian informasi yang cepat dan akurat, sehingga mendukung peningkatan kualitas layanan publik (Rosa, 2019). Cincotta, C., & Thomassen, Ø. (2025). Penelitian ini mengkaji data registrasi mobil dari tahun 2000 hingga 2021 di Norwegia, serta daftar harga dan peraturan pajak, untuk mengevaluasi insentif yang diberikan kepada konsumen dalam memilih kendaraan listrik (EV). Insentif tersebut meliputi pajak pada bahan bakar fosil, pengecualian pajak pembelian untuk kendaraan listrik, dan insentif lain seperti diskon untuk biaya jalan tol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menghapus insentif terbesar, yaitu pengecualian pajak pembelian untuk kendaraan listrik, akan mengurangi pangsa pasar kendaraan listrik menjadi 25 persen dari 66

persen yang tercatat pada tahun 2021. Selain itu, hal tersebut akan meningkatkan emisi CO2 dari mobil baru yang dijual sebesar 167 persen, mengurangi berat total mobil baru sebesar 22 persen, dan mengurangi jumlah mobil baru yang terjual sebesar 10 persen. Kehilangan pendapatan pajak yang dihasilkan dari insentif ini mengindikasikan harga karbon sebesar 1700 USD per metrik ton.

Yasin, A. (2020). Penelitian ini mengkaji dampak dari tidak didaftarkannya jaminan fidusia atas kredit kendaraan bermotor terhadap penerimaan negara bukan pajak (PNBP) dan akibat hukum bagi penerima fidusia yang tidak mendaftarkan jaminan fidusia tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan pembiayaan yang memberikan kredit kendaraan bermotor tanpa mendaftarkan jaminan fidusia telah melakukan pelanggaran hukum. Akibatnya, hak eksekusi yang dimiliki oleh penerima fidusia atas kendaraan bermotor tersebut menjadi cacat hukum, karena mereka tidak memegang sertifikat jaminan fidusia sebagai akibat dari tidak terdaftarkannya kendaraan bermotor tersebut. Dampak terhadap keuangan negara adalah berkurangnya penerimaan negara bukan pajak (PNBP), karena tidak terdaftarkannya kendaraan bermotor sebagai jaminan fidusia di kantor pendaftaran fidusia, yang berujung pada potensi pendapatan negara yang tidak optimal.

Hartanto, G. S., & Sugiharti, D. K. (2019). Penelitian ini menganalisis dampak pemberian anugerah pajak kendaraan bermotor terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Provinsi Jawa Barat dan optimasi pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB). Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun anugerah pajak kendaraan bermotor berhubungan langsung dengan peningkatan PAD Provinsi Jawa Barat, program ini tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran dan kepatuhan hukum masyarakat. Salah satu hambatan utama yang dihadapi oleh instansi pendapatan daerah dalam pemungutan pajak kendaraan bermotor adalah rendahnya tingkat kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang pajak. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan PAD dari sektor pajak kendaraan bermotor lebih efektif melalui program-program yang secara tidak langsung memengaruhi kepatuhan hukum masyarakat.

Dengan tambahan ini, diharapkan dapat memperkaya perspektif dalam penelitian yang sedang disusun dan memberikan wawasan lebih dalam terkait komunikasi kebijakan, implementasi kebijakan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan kebijakan publik.

### 1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, hal ini dilakukan dengan menggunakan objek dan teori yang berbeda dari penelitian sebelumnya serta dengan adanya perbedaan lainya. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dicantumkan, *policy communication* yang dilakukan terhadap kebijakan pemerintah belum dilaksanakan dengan optimal, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya kekurangan serta hambatan-hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan komunikasi kebijakan ini. Berdasarkan peenlitian-penelitian sebelumnya tidak ada yang membahas mengenai pemutihan pajak kendaraan bermotor. Meskipun demikian, semuanya membahas terkait komunikasi kebijakan. Terdapat lima penelitian sebelumnya (Affrian & Walinda, 2020; Khairil et al., 2024; Rachmawati, 2019; Rangkuti et al., 2021; Wumu et al., 2022) yang membahas tujuan penelitian yang sama yaitu tentang komunikasi kebijakan, namun teori yang digunakan berbeda dengan yang digunakan penulis. Pada penelitian ini tidak hanya memfokuskan pada kondisi eksistingnya, namun juga melihat hambatan yang ditemui dalam *policy communication* untuk kebijakan pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Jambi

berdasarkan teori komunikasi dari Nurlina et al. (2024) dengan dimensi *Source*/ Sumber, *Message*/ Pesan, *Channel*/ Media, *Receiver*/ Penerima, *Effect*/ Pengaruh, dan *Location*/ Tempat.

### 1.5. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *policy communication* kebijakan pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) serta hambatan yang ditemukan terkait *policy communication* pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji permasalahan dan prosedur kerja yang berlaku, dengan tujuan memvisualisasikan fenomena secara sistematis berdasarkan data yang akurat (Sahir, 2021). Pendekatan ini memungkinkan penemuan yang tidak dapat diperoleh melalui metode statistik atau kuantitatif (Murdiyanto, 2020). Metode ini dipilih untuk menggambarkan situasi dan peristiwa di lapangan secara deskriptif dan faktual. Penulis menggunakan konsep teori *policy communication* oleh (Khairil et al., 2024) yang terdiri dari enam dimensi, yaitu: (1) *Source*/ Sumber; (2) *Message*/ Pesan; (3) *Channel*/ Media; (4) *Receiver*/ Penerima; (5) *Effect*/ Pengaruh; dan (6) *Location*/ Tempat.

Dalam melakukan pengumpulan data kualitatif, Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan lima informan utama dari UPTD SAMSAT Kota Jambi, yang terdiri dari Kepala UPTD SAMSAT Kota Jambi, Kepala Seksi Pendataan, Penyuluhan, Penagihan Pajak Daerah dan Penerimaan Lainnya UPTD SAMSAT Kota Jambi, serta Kepala Seksi Pelayanan, Penatausahaan Pajak dan Penerimaaan Lain-Lain UPTD SAMSAT Kota Jambi yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling.* Selain itu, lima warga pemilik kendaraan yang mengikuti program pemutihan pajak dipilih secara *accidental sampling. Purposive sampling* berarti memilih informan berdasarkan kriteria tertentu*, sedangkan accidental sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan kesempatan bertemu (Sugiyono, 2022). Pada penelitian ini dilengkapi dengan data sekunder bersumber dari literatur dan dokumen terkait komunikasi kebijakan pemutihan pajak kendaraan di Kota Jambi.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memahami *Policy Communication* Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi, penelitian ini mengacu pada teori komunikasi dari Nurlina et al. (2024) yang menyatakan ada enam komponen penting dalam keberhasilan komunikasi kebijakan: sumber, pesan, media, penerima, efek, dan lokasi. Teori ini tidak hanya menjelaskan setiap variabel, tetapi juga hubungan antara variabel independen dan dependen secara jelas. Penulis juga menggunakan Atlas.Ti.9, software analisis kualitatif yang mampu mengolah data teks, gambar, audio, dan video dalam jumlah besar. Atlas.Ti.9 mendukung analisis data tidak terstruktur dengan menyediakan alat untuk mengelola, mengkoding, dan mengeksplorasi data secara sistematis namun fleksibel. Fitur-fitur seperti dokumen, kode, memo, serta jaringan data terintegrasi dalam satu proyek digital memudahkan pengolahan data kompleks. Dalam penelitian ini, Atlas.Ti.9 digunakan untuk mengolah data berdasarkan teori komunikasi kebijakan Nurlina et al. (2024). Variabel-variabel teori tersebut menjadi dasar pengkodean data dan referensi yang kemudian divisualisasikan dalam bentuk jaringan. Berikut adalah tahapan analisis menggunakan Atlas.Ti.9.

1. Input Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data dari transkrip wawancara, hasil observasi, dan dokumentasi yang telah dikumpulkan dalam bentuk dokumen, serta menambahkan data pendukung seperti sertifikat. Tahap awal adalah memasukkan seluruh data tersebut ke dalam Atlas.Ti.9 agar analisis dapat dilakukan secara sistematis dan mendalam. Penggunaan perangkat lunak ini membantu mempercepat proses analisis dan meningkatkan akurasi kesimpulan.

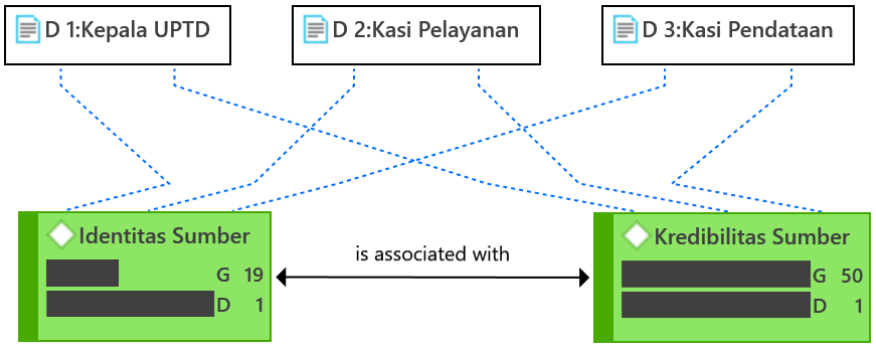
2. Memilih Data yang Akan Dikoding
   Data yang diperoleh kemudian dikoding berdasarkan aspek komunikasi kebijakan menurut Nurlina (2024). Proses pengkodingan meliputi identifikasi ide utama dalam transkrip dan pengembangan topik-topik terkait. Koding berfungsi sebagai cara mereduksi data untuk menggambarkan karakteristik partisipan (Bandur, 2016). Penulis membentuk kategori sesuai konsep dan atribut dalam teori Nurlina et al. (2024) dengan tujuan memperdalam pemahaman dan mengumpulkan informasi relevan.
3. Menyatukan Koding Berdasarkan Kelompok
   Kode yang terbentuk dikelompokkan menurut dimensi komunikasi kebijakan dalam teori Nurlina (2024). Misalnya, dimensi lokasi terdiri dari dua kode indikator: letak geospasial dan lokasi pelaksanaan kebijakan. Dimensi media memiliki tiga kode terkait aksesibilitas, jenis, dan interaktivitas media. Dimensi penerima mencakup status sosial-ekonomi, keterlibatan, dan usia. Dimensi pengaruh meliputi dampak kognitif dan perubahan perilaku. Dimensi pesan terdiri dari kejelasan dan relevansi pesan. Dimensi sumber mencakup identitas dan kredibilitas sumber komunikasi. Selain itu, terdapat dua indikator bebas, yaitu capaian komunikasi dan kendala komunikasi.
4. Analisis Jaringan (*Network)*
   Analisis di Atlas.Ti.9 juga mencakup pembuatan jaringan (network) yang memvisualisasikan hubungan antar elemen data sesuai konsep komunikasi kebijakan Nurlina et al. (2024). Network ini memungkinkan penulis menghubungkan kode, kutipan, memo, dan dokumen dalam diagram yang memudahkan penelusuran keterkaitan temuan dan mendukung analisis mendalam.

### 3.1. *Policy Communication* Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi

Berdasarkan analisis yang dilakukan, berikut disajikan pembahasan data yang diperoleh sesuai dengan masing-maisng konsep komunikasi kebijakan.

1) *Source*/ Sumber

Kredibilitas dan identitas sumber sangatlah berpengaruh dalam menunjang terlaksananya komunikasi kebijakan. Dalam analisis Atlas.Ti.9 yang di kategorikan dalam dimensi sumber menurut teori komunikasi kebijakan Nurlina, 2024 yang diolah menggunakan fitur *network*. Diperoleh hasil sebagai berikut.



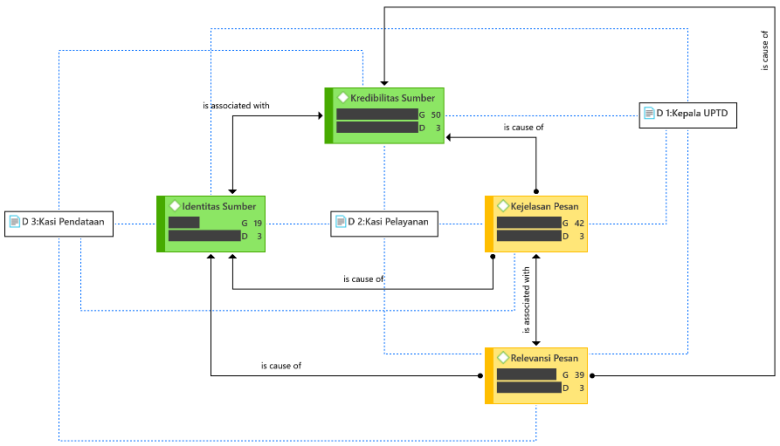

*Sumber: Diolah penulis menggunakan Atlas.Ti.9, 2025*
**Gambar 1.** Hasil Analisis *Network Codes* Atlas.Ti.9 pada Dimensi Sumber

Diagram ini menggambarkan secara menyeluruh peran strategis informan dalam menyampaikan kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor melalui komunikasi yang efektif. Informan seperti Kepala UPTD, Kasi Pelayanan, dan Kasi Pendataan berfungsi sebagai sumber utama yang memastikan pesan kebijakan diterima, dipahami, dan dijalankan oleh masyarakat. Analisis menemukan 19 kutipan terkait identitas sumber, menegaskan pentingnya legitimasi dan otoritas penyampai kebijakan. Identitas ini memengaruhi penerimaan pesan karena mencerminkan keahlian dan posisi strategis informan. Dengan legitimasi yang kuat, pesan menjadi lebih kredibel dan mudah diterima.

Selain itu, terdapat 50 kutipan yang membahas kredibilitas sumber, faktor penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Kredibilitas tidak hanya berasal dari jabatan formal, tetapi juga kemampuan informan menyampaikan pesan secara jelas, konsisten, dan relevan. Sertifikat pelatihan yang dimiliki Kepala UPTD SAMSAT memperkuat aspek ini, karena menunjukkan kompetensi dan pengetahuan yang memadai. Observasi mengonfirmasi bahwa identitas dan kredibilitas sumber telah teridentifikasi dengan baik melalui sertifikat pelatihan sebagai bukti kompetensi. Kesimpulannya, kombinasi identitas dan kredibilitas sangat menentukan keberhasilan penerimaan pesan kebijakan oleh masyarakat.

2) *Message*/ Pesan

Dalam komunikasi kebijakan, pesan yang jelas dan relevan sangat penting. Kejelasan pesan membantu masyarakat memahami kebijakan dengan tepat, mengurangi risiko salah tafsir. Relevansi pesan memastikan informasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga lebih mudah diterima. Berdasarkan analisis Atlas.Ti.9 dengan pendekatan teori komunikasi kebijakan Nurlina et al. (2024), kejelasan dan relevansi pesan terbukti menjadi faktor utama keberhasilan komunikasi pemutihan pajak kendaraan bermotor.




*Sumber: Diolah penulis menggunakan Atlas.Ti.9, 2025*
**Gambar 2.** Hasil Analisis *Network Codes* Atlas.Ti.9 pada Dimensi Pesan

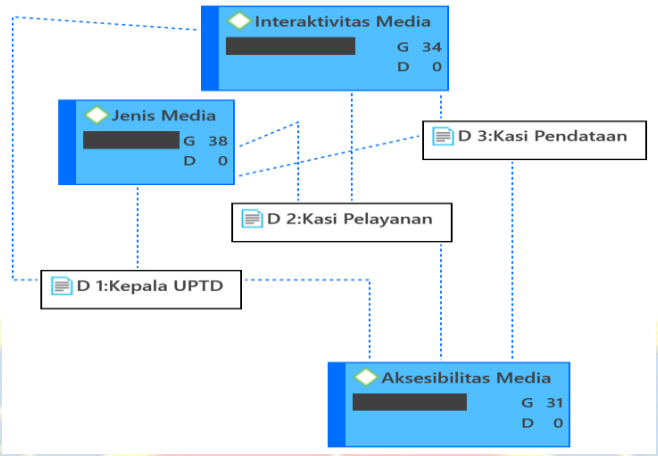
Hasil analisis dari diagram di atas menunjukkan bahwa aspek Kejelasan Pesan dan Relevansi Pesan memainkan peran penting dalam mendukung keberhasilan komunikasi kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor kepada masyarakat. Analisis menunjukkan 42 kutipan terkait kejelasan pesan dan 39 kutipan mengenai relevansi pesan, yang menegaskan bahwa kedua aspek ini saling melengkapi untuk memastikan efektivitas komunikasi kebijakan. Kejelasan pesan berarti informasi disampaikan secara lugas dan tanpa kerancuan, sehingga masyarakat dapat menangkap inti kebijakan dengan mudah. Relevansi pesan menekankan pentingnya kesesuaian informasi dengan kebutuhan dan konteks masyarakat, sehingga pesan dianggap bermanfaat dan lebih mudah diterima. Data dari Atlas.Ti.9 memperlihatkan bahwa kejelasan dan relevansi bekerja bersama untuk menciptakan komunikasi yang efektif: kejelasan membantu pemahaman, relevansi menambah nilai pesan. Kombinasi ini memastikan kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor tidak hanya dipahami, tetapi juga diterima dengan baik oleh masyarakat sesuai kebutuhan mereka.

Dari hasil wawancara penulis pada 26 Desember 2024 bersama Kasi Pelayanan UPTD SAMSAT Kota Jambi terkait kejelasan pesan, dijelaskan bahwa *"Pesan yang di sampaikan harus sesuai dengan dasar hukum yang di keluarkan sehingga semua palayanan di samsat ibaratnya itu satu suara jadi bisa dibilang tidak ada bias-bias lain yang membuat masyarakat bingung"*. Ketiga informan yakni Kepala UPTD, Kasi Pelayanan, dan Kasi Pendataan juga memiliki peran masing-masing dalam memengaruhi kejelasan dan relevansi pesan yang didukung dengan identitas dan kredibilitas yang kuat. Sebagai bentuk tindak lanjut, SAMSAT Kota Jambi memasang spanduk dan membagikan brosur sesuai dasar hukum pemutihan pajak, meningkatkan akses dan relevansi informasi. Berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi, dimensi pesan-kejelasan dan relevansi-dinilai baik karena sesuai peraturan dan kebutuhan masyarakat, terutama dalam memberikan kemudahan pembayaran pajak tanpa denda bagi yang menunggak.

3) *Channel*/ Media

Keberhasilan komunikasi kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor sangat dipengaruhi oleh media yang digunakan. Analisis Atlas.Ti.9 berdasarkan teori komunikasi kebijakan Nurlina et al. (2024) mengungkap hubungan antara tiga aspek

media-jenis, interaktivitas, dan aksesibilitas-dengan peran informan seperti Kepala UPTD, Kasi Pelayanan, dan Kasi Pendataan.




*Sumber: Diolah penulis menggunakan Atlas.Ti.9, 2025*
**Gambar 3.** Hasil Analisis *Network Codes* Atlas.Ti.9 pada Dimensi SumbeMedia

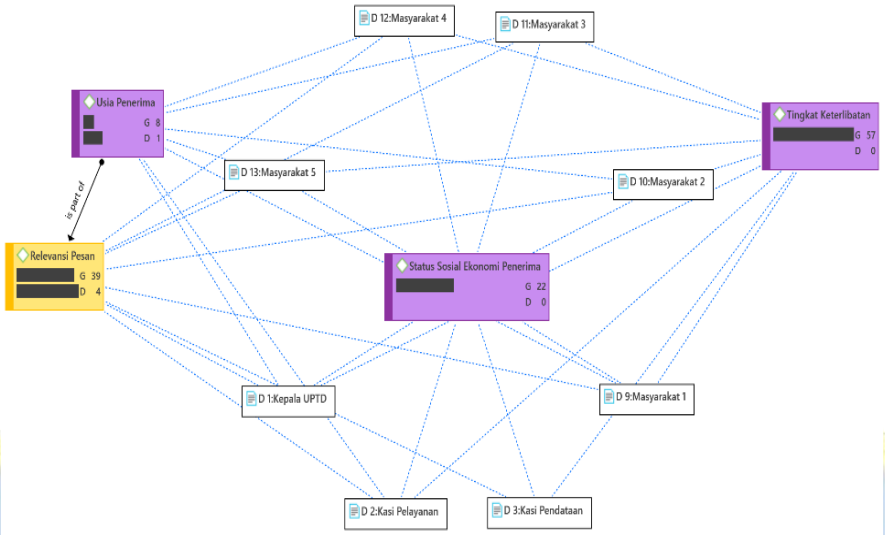
Hasil diatas menggambarkan hubungan antara tiga dimensi media, yaitu Jenis Media, Interaktivitas Media, dan Aksesibilitas Media, dengan peran informan dalam komunikasi kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor. Informan yang terlibat meliputi Kepala UPTD, Kasi Pelayanan, dan Kasi Pendataan. Setiap dimensi media memiliki kontribusi unik terhadap efektivitas penyampaian informasi kebijakan kepada masyarakat. Jenis media yang beragam, mulai dari brosur fisik hingga platform digital, memungkinkan pesan kebijakan tersebar luas dan diterima oleh berbagai kalangan. Interaktivitas media, terutama melalui platform digital, sangat terkait dengan Kasi Pelayanan yang berkomunikasi langsung dengan masyarakat, sehingga dialog dan klarifikasi dapat dilakukan secara efektif, meningkatkan kepercayaan publik. Sementara itu, aksesibilitas media menjadi fokus Kasi Pendataan untuk memastikan informasi dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat, termasuk mereka yang kurang mengakses teknologi digital.

Observasi selama 30 hari pasca penerapan kebijakan menunjukkan peningkatan interaksi masyarakat di Instagram, dengan kenaikan pengikut sebesar 2,4%. Konten visual interaktif seperti Reel mendominasi jangkauan (36,7%), diikuti oleh postingan (32,3%) dan (31,1%). Selain itu, sebanyak 53,3% tayangan berasal dari masyarakat yang bukan pengikut akun, mengindikasikan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk menjangkau masyarakat baru melalui konten yang menarik dan relevan. Penggunaan iklan berkontribusi sebesar 26% terhadap total tayangan, menyoroti pentingnya strategi distribusi dalam meningkatkan aksesibilitas informasi. Kesimpulannya, pemilihan jenis media yang tepat, dengan memperhatikan aspek interaktivitas dan aksesibilitas, sangat menentukan efektivitas komunikasi kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor dan mendorong partisipasi aktif masyarakat Kota Jambi.

4) *Receiver*/ Penerima

Penerima merupakan sasaran utama dalam komunikasi kebijakan, yakni individu atau kelompok masyarakat yang menjadi target kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan analisis Atlas.Ti.9 dan teori komunikasi kebijakan Nurlina et al. (2024), penerima dikaji melalui tiga dimensi utama: usia, status sosial ekonomi,

dan tingkat keterlibatan untuk membantu memahami karakteristik dan kebutuhan penerima kebijakan sehingga komunikasi dapat dilakukan secara efektif.



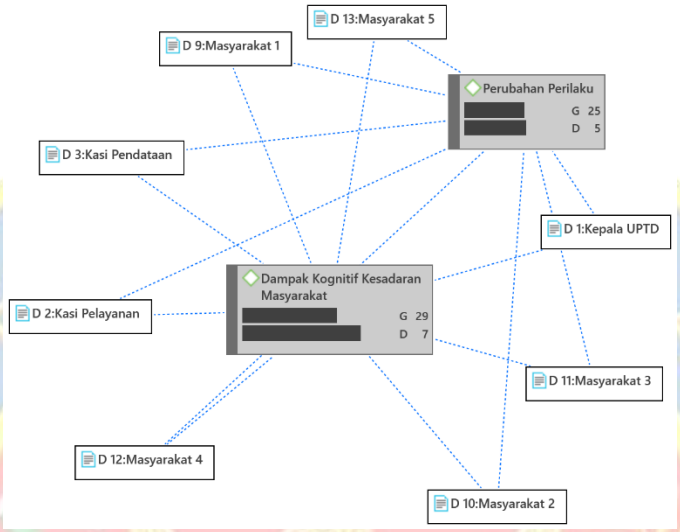

*Sumber: Diolah penulis menggunakan Atlas.Ti.9, 2025*
Gambar 4**.** Hasil Analisis *Network Codes* Atlas.Ti.9 pada Dimensi Penerima

Usia penerima berperan dalam menentukan metode penyampaian informasi, seperti yang terlihat dari delapan kutipan dalam dokumen penelitian. Usia penerima mencerminkan faktor demografis yang memengaruhi cara kebijakan diterima oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa usia menjadi salah satu aspek penting salah satunya dalam menentukan bagaimana cara pemerintah dalam hal ini UPTD SAMSAT dalam menentukan jenis media dan bagaimana cara memberikan informasi. Status sosial ekonomi, dengan 22 kutipan, menggambarkan latar belakang ekonomi masyarakat yang memengaruhi akses mereka terhadap media komunikasi. Kelompok dengan keterbatasan teknologi digital lebih efektif dijangkau melalui media tradisional seperti brosur atau spanduk. Aspek ini membantu memahami bagaimana latar belakang sosial ekonomi memengaruhi aksesibilitas dan penerimaan informasi kebijakan. Masyarakat dengan status sosial ekonomi tertentu mungkin memiliki keterbatasan akses terhadap teknologi digital, sehingga media komunikasi yang lebih tradisional seperti brosur atau spanduk menjadi pilihan yang lebih efektif untuk menjangkau mereka.

Observasi juga menunjukkan bahwa perbedaan status sosial ekonomi, yang berkaitan dengan pekerjaan dan pendidikan, memengaruhi karakteristik dan pemahaman masyarakat terhadap kebijakan. Wawancara dengan Kasi Pelayanan dan Kasi Pendataan menegaskan keberagaman kultur masyarakat Kota Jambi yang berdampak pada tingkat pemahaman informasi. Tingkat keterlibatan masyarakat, yang memiliki kutipan terbanyak (57), menunjukkan pentingnya partisipasi aktif dalam keberhasilan kebijakan. Keterlibatan ini memungkinkan masyarakat memberi umpan balik dan klarifikasi, meningkatkan efektivitas komunikasi. Namun, observasi di SAMSAT Kota Jambi mengungkap tidak adanya kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses komunikasi kebijakan. Kesimpulannya, hambatan komunikasi masih muncul akibat perbedaan status sosial ekonomi dan kurangnya partisipasi langsung masyarakat, yang berdampak pada pemahaman dan efektivitas penyampaian informasi kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor.

5) *Effect*/ Pengaruh

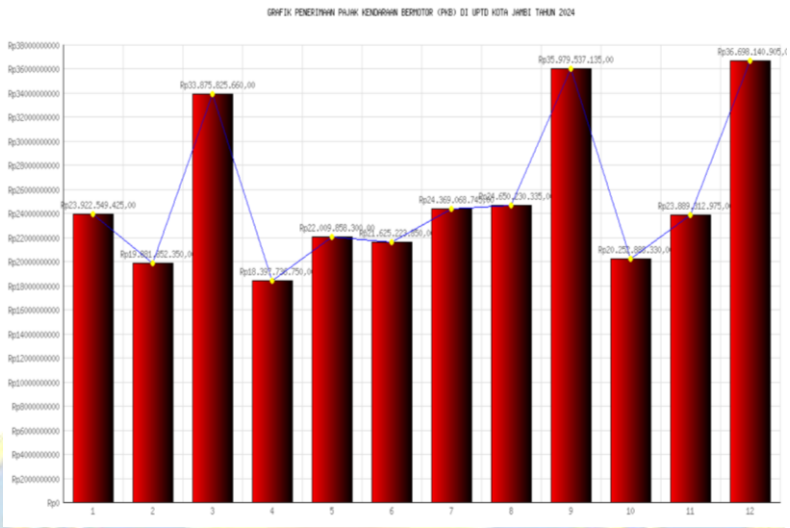
Aspek pengaruh dalam proses komunikasi kebijakan, merujuk pada efek atau dampak yang dihasilkan oleh kebijakan terhadap masyarakat, baik secara perilaku maupun kognitif. Hasil analisis Atlas.Ti.9 yang di kategorikan dalam dimensi pengaruh menurut teori komunikasi kebijakan Nurlina et al. (2024) yang diolah menggunakan fitur *network* menghasilkan keterkaitan sebagai berikut.




*Sumber: Diolah penulis menggunakan Atlas.Ti.9, 2025*

**Gambar 5.** Hasil Analisis *Network Codes* Atlas.Ti.9 pada Dimensi Pengaruh

Hasil diatas menunjukkan adanya hubungan antara aspek pengaruh dengan aspek lain yang ada dalam teori komunikasi kebijakan menurut Nurlina, 2024. Ditemukan bahwa perubahan perilaku masyarakat mendapat perhatian signifikan dengan 25 kutipan dan terkait dengan lima dimensi lain yang mengindikasikan bahwa perubahan perilaku masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam komunikasi kebijakan. Sementara itu, dampak kognitif berupa kesadaran masyarakat menjadi fokus utama, dengan 29 kutipan dan keterkaitan dengan tujuh dimensi lain. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran kognitif masyarakat menjadi fokus utama dalam memahami dampak kebijakan. Aspek ini mencerminkan sejauh mana masyarakat memahami, menyadari, dan menerima kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor, yang kemudian memengaruhi sikap dan perilaku mereka. Kesadaran kognitif ini menunjukkan sejauh mana masyarakat memahami dan menerima kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor, yang kemudian mempengaruhi sikap dan tindakan mereka. Komunikasi kebijakan berhasil meningkatkan pemahaman wajib pajak, sehingga mereka lebih aktif memenuhi kewajiban perpajakan. Perubahan perilaku ini terlihat dari meningkatnya kepatuhan, karena masyarakat merasa mendapat kesempatan memperbaiki status pajak tanpa ancaman sanksi berat.



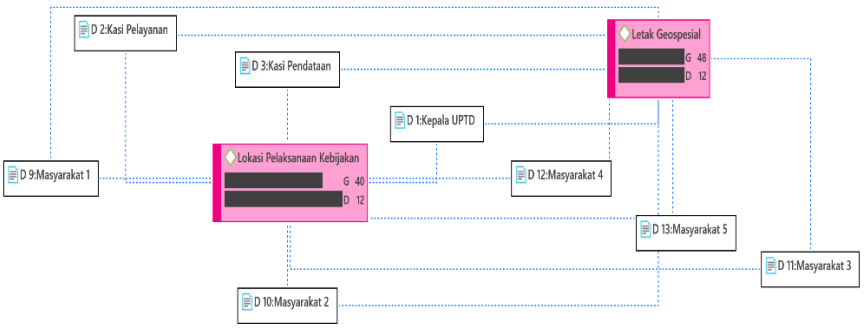

*Sumber: SAMSAT Kota Jambi, 2025*

**Gambar 6.** Grafik Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Jambi Per Bulan Selama Tahun 2024

Gambar 6. memperlihatkan kenaikan signifikan pada bulan November dan Desember, menandakan keberhasilan komunikasi kebijakan program pemutihan pajak kendaraan bermotor. Pada Oktober, penerimaan pajak tercatat Rp20.250.882.330, lebih rendah dibanding bulan sebelumnya, kemungkinan karena wajib pajak menunda pembayaran sambil menunggu program pemutihan. Kenaikan tajam terjadi pada November sebesar Rp3.636.424.645 dan mencapai puncaknya di Desember dengan Rp36.698.140.905. Lonjakan ini mencerminkan dampak nyata kebijakan terhadap masyarakat, baik dari sisi perubahan perilaku maupun peningkatan kesadaran. Masyarakat menunjukkan peningkatan kepatuhan dalam membayar pajak dan perubahan sikap terhadap kewajiban pajak. Kesadaran yang tumbuh menjadi dasar bagi partisipasi aktif masyarakat dalam mendukung pelaksanaan kebijakan. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebijakan pemutihan pajak kendaraan berhasil mendorong perubahan perilaku dan kesadaran masyarakat, terbukti dari peningkatan signifikan pembayaran pajak selama periode tersebut.

6) *Location*/ Tempat

Dimensi lokasi memegang peran penting dalam komunikasi kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan analisis Atlas.Ti.9 yang mengacu pada teori komunikasi kebijakan Nurlina et al. (2024), terdapat dua indikator utama dalam dimensi ini: Letak Geospasial dan Lokasi Pelaksanaan Kebijakan.

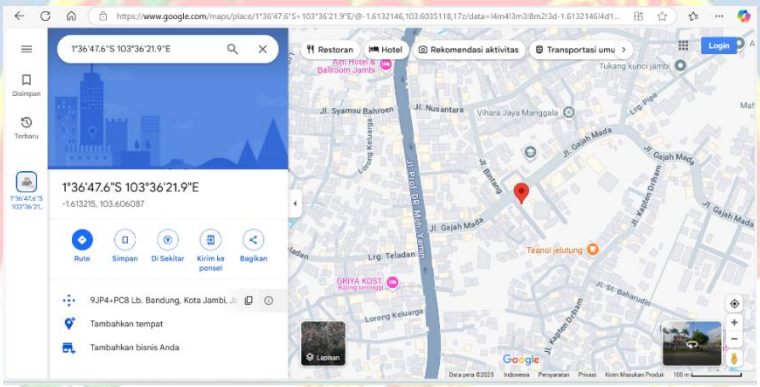



*Sumber: Diolah penulis menggunakan Atlas.Ti.9, 2025*

**Gambar 7.** Hasil Analisis *Network Codes* Atlas.Ti.9 pada Dimensi Lokasi

Letak Geospasial, tercatat dalam 48 kutipan, tidak hanya berkaitan dengan posisi fisik, tetapi juga mencakup aspek waktu pelayanan, penggunaan bahasa lokal, serta strategi komunikasi yang disesuaikan oleh SAMSAT Kota Jambi. Efektivitas waktu menjadi salah satu aspek penting dalam indikator Letak Geospasial. Lokasi yang strategis memungkinkan akses layanan yang cepat dan efisien, sekaligus memudahkan masyarakat memahami informasi kebijakan berkat bahasa yang sesuai dengan konteks lokal.Hal ini menunjukkan bahwa SAMSAT Kota Jambi tidak hanya mempertimbangkan aspek geografis, tetapi juga menyesuaikan pendekatan komunikasi mereka dengan kebutuhan spesifik masyarakat di wilayah tersebut.

Indikator kedua, yaitu Lokasi Pelaksanaan Kebijakan, menghasilkan 40 kutipan yang relevan, menekankan pentingnya penempatan lokasi layanan yang mudah dijangkau untuk menjamin inklusivitas. Selain itu, hasil analisis juga menunjukkan adanya keterkaitan antara lokasi pelaksanaan kebijakan dengan peran informan seperti Kepala UPTD, Kasi Pelayanan, dan Kasi Pendataan, yang bertanggung jawab dalam memastikan bahwa informasi terkait kebijakan dapat disampaikan secara efektif kepada masyarakat.




*Sumber: Google Maps, 2024*

**Gambar 8.** Titik Lokasi Koordinat Kantor SAMSAT Kota Jambi

Gambar di atas menunjukkan peta titik koordinat Kantor SAMSAT Kota Jambi, yang menjadi lokasi pelaksanaan kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor. Lokasi ini merupakan salah satu indikator penting yang berpengaruh, sebagaimana terlihat dari hasil analisis Atlas.Ti.9 yang mencatat 40 kutipan terkait lokasi pelaksanaan kebijakan. Penelitian penulis tidak hanya menyoroti kemudahan akses ke lokasi tersebut, tetapi juga kecepatan pelayanan yang didukung teknologi serta kondisi fasilitas yang tersedia, seperti yang terlihat pada gambar berikut.

*Sumber: Dokumentasi penulis, 2024*

**Gambar 9.** Fasilitas Ruang Pelayanan di SAMSAT Kota Jambi

Fasilitas ruang pelayanan di Kantor SAMSAT Kota Jambi yang nyaman memberikan pengalaman positif bagi wajib pajak. Ketersediaan fasilitas yang memadai membantu meningkatkan pemahaman dan kepatuhan masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Ketika masyarakat dapat mengakses informasi dan melakukan pembayaran dengan mudah melalui ruang tunggu yang bersih dan proses yang efisien, mereka cenderung lebih patuh memenuhi kewajiban pajak. Dengan demikian, dimensi lokasi terbukti berperan penting dalam komunikasi kebijakan dan meningkatkan efektivitas penyampaian informasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas maka penulis menarik kesimpulan bahwa, *policy communication* kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor (PKB) di Kota Jambi sudah dapat dikategorikan baik namun ada beberapa hal yang masih perlu ditingkatkan. Hal ini dapat dilihat melalui aspek dalam dimensi-dimensi teori yang digunakan. Aspek yang menjadi dukungan yaitu, identitas dan kredibilitas sumber, relevansi dan kejelasan pesan , jenis media, aksesibilitas dan interaktivitas, perubahan perilaku dan dampak kognitif, serta letak geospasial dan lokasi pelaksanaan kebijakan. Sedangkan yang masih perlu dioptimalkan adalah aspek status sosial ekonomi penerima dan aspek tingkat keterlibatan penerima. Sehingga diperlukan upaya dalam mengoptimalkan aspek tersebut agar *policy communication* kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor (PKB) yang dilakukan dapat tersampaikan dengan baik dan dapat mencapai target kebijakan.

### 3.2. Hambatan yang Ditemukan Terkait *Policy Communication* Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi

Dalam pelaksanaan *policy communication* pada kebijakan pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi, ditemui terdapat beberapa hambatan yang ebrkaitan dengan bagaimana informasi disampaikan dan diterima oleh target kebijakan. Berdasarkan hasil dari Atlas.Ti.9, dengan menggunakan fitur *network* dilihat dari q*uotation* yang dihasilkan pada penelitian adalah sebagagai berikut.

*Sumber: Diolah penulis menggunakan Atlas.Ti.9, 2025*

**Gambar 10.** *Network Quotation* Hambatan yang Ditemukan dalam Komunikasi Kebijakan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB)

Dari hasil Atlas.Ti.9, dapat diketahui kendala yang ditemukan terkait komunikasi dalam kebijakan pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi mencakup beberapa faktor berikut:

1) Tingkat Keterlibatan

Hasil wawancara dengan lima warga yang mengikuti program pemutihan pajak kendaraan menunjukkan bahwa masyarakat tidak dilibatkan dalam rapat koordinasi terkait kebijakan tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa proses perencanaan dan pengambilan keputusan bersifat *top-down*, di mana otoritas mengambil keputusan tanpa partisipasi langsung dari masyarakat sebagai penerima kebijakan. Dokumentasi juga mengungkapkan bahwa UPTD Samsat Kota Jambi hanya mengadakan rapat dengan stakeholder seperti kepolisian dan Jasaraharja, tanpa melibatkan masyarakat umum. Kondisi ini berpotensi mengurangi efektivitas kebijakan karena kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan masyarakat. Minimnya partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan dapat memperburuk komunikasi kebijakan, menurunkan kepercayaan, dan mengurangi kepatuhan masyarakat. Selain itu, kebijakan yang tidak sesuai dengan kebutuhan lokal berisiko gagal mencapai tujuan yang diharapkan.

2) Status Sosial Ekonomi Penerima

Penelitian ini menemukan kendala dalam pemahaman masyarakat terhadap kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor yang dipengaruhi oleh perbedaan status sosial ekonomi. Variasi pekerjaan, pendidikan, dan akses informasi menciptakan keberagaman karakteristik masyarakat. Dari lima wajib pajak yang diwawancara, tiga di antaranya-ibu rumah tangga, juru prakir, dan pedagang-mengaku kesulitan memahami prosedur dan dokumen kebijakan karena kurang terbiasa dengan birokrasi dan keterbatasan pendidikan. Sebaliknya, kelompok dengan status sosial ekonomi lebih tinggi memiliki pendidikan lebih baik dan akses informasi lebih luas, sehingga lebih mudah memahami kebijakan dan termotivasi mencari informasi sebagai upaya mengurangi beban finansial. Temuan ini menunjukkan adanya kekurangan dalam komunikasi kebijakan, meskipun berbagai pendekatan telah diterapkan. Perbedaan status sosial ekonomi menyebabkan variasi dalam tingkat pemahaman masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus disesuaikan dengan karakteristik lokal agar pesan kebijakan dapat tersampaikan dan dipahami secara efektif oleh semua kelompok masyarakat. Pendekatan yang mempertimbangkan keberagaman ini penting agar informasi kebijakan tidak hanya diterima, tetapi juga diimplementasikan secara optimal.

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil peneltian dan pembahasan yang telah ditemukan, penulis menyimpulkan bahwa *Policy communication* pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi sudah berjalan dengan baik. Dari 6 (enam) aspek komunikasi yang digunakan dan dilakukan pengkodingan dalam Atlas.Ti.9, seluruhnya memiliki keterkaitan yang mendukung jalannya aspek satu dengan yang lainnya. Dalam proses berlangsungnya komunikasi kebijakan, UPTD SAMSAT Kota Jambi menemukan beberapa hambatan yakni, masih dialami keterlibatan masyarakat yang rendah dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan kebijakan. Hal ini disertai tingkat pemahaman masyarakat yang masih rendah tentang proses dan alur pelaksanaan kebijakan. Dengan memahami dan mengatasi hambatan-hambatan ini, komunikasi kebijakan dapat menjadi lebih efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain keterbatasan waktu dalam pengumpulan data lapangan dan terbatasnya jangkauan lokasi penelitian yang hanya difokuskan pada wilayah administrasi Kota Jambi. Selain itu, penelitian lebih menitikberatkan pada kondisi eksisting *policy communication* dan hamatan yang ditemui dalam *policy communication* pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), sehingga belum menggali lebih dalam terkait upaya dan rencana yang dilakukan untuk memaksimalkan pembayaran dan pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Kota Jambi.

**Arah Masa Depan Penelitian (*Future Work*).** Penulis menyadai bahwa penelitian ini baru merupakan bagian awal dalam upaya memahami *policy communication* pemutihan pajak kendaraan bermotor di Kota Jambi. Oleh karena itu, penelitian lanjutan sangat disarankan untuk menciptakan komunikasi yang lebih baik melalui penggunaan teori *Trustworthy Governance* dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat jika dikeluarkannya suatu kebijakan oleh pemerintah. Selain itu penulis juga menyarankan untuk memperdalam bagaimana cara meningkatkan peran masyarakat sebagai terget kebijakan dalam mencapai tujuan dari kebijakan pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB).

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama diitujukan kepada segala unsur UPTD SAMSAT, Dosen Pembimbing, keluarga, teman-teman, dan pihak-pihak terkait di Kota JAmbi yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

Affrian, R., & Walinda, R. (2020). Komunikasi Program Imunisasi Vaksin Measles Rubella Puskesmas Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Jurnal Administrasi Politik Dan Sosial*, *1*(1), 42–50. https://doi.org/10.46730/japs.v1i1.13

Amelia, Y. (2021). Analisis Efektivitas Kebijakan Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor Dan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2015-2020. *KABA Journal of Management & Entrepreneurship*, *19*(2), 18–36. https://www.jurnal-mnj.stiekasihbangsa.ac.id/index.php/StudiaEkonomika/article/view/147%0Ahttps://www.jurnal-mnj.stiekasihbangsa.ac.id/index.php/StudiaEkonomika/article/download/147/135

Andiani, L., Abdat, M., & Muniroh, M. (2024). Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan Pengaruhnya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Measurement Jurnal Akuntansi*, *17*(2), 253–261. https://doi.org/10.33373/mja.v17i2.5787

Asri Aditya, R. I., Zulfanetti, Z., & Heriberta, H. (2021). Evaluasi penerimaan pajak kendaraan bermotor (PKB) dan bea balik nama kendaraan bermotor (BBN-KB) serta dampaknya terhadap pendapatan asli daerah di Provinsi Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, *16*(1), 151–166. https://doi.org/10.22437/jpe.v16i1.11822

Biduri, S. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Pada Perspektif Mahasiswa. *Journal of Economic and Economic Policy*, *1*(1), 27–48. https://doi.org/10.61796/ijecep.v1i1.8

Claudet, J. (2012). *Redesigning Staff Development as Organizational Case Learning : Tapping into School Stakeholders ' Collaborative Potential for Critical Reflection*

*and Transformative Leadership Action*. *1*(4), 22–36.
Cincotta, C., & Thomassen, Ø. (2025). Evaluating Norway's electric vehicle incentives. Energy Economics, 146, 108490. https://doi.org/10.1016/j.eneco.2025.108490
Fadhillah Rasyid, F. (2022). Pengaruh Efektivitas Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Pada Kabupaten Kulon Progo). *Jurnal Literasi Akuntansi*, *2*(2), 143–148. https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.53
Hasibuan, C. S., Saputra, R., & Nurrahman, A. (2021). Pengembangan Kompetensi Aparatur Di Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, *47*(2), 221–238. https://doi.org/10.33701/jipwp.v47i2.2251
Hartanto, G. S., & Sugiharti, D. K. (2019). The impact of the motor vehicle tax award on the increase of the West Java province's locally generated revenue [Implikasi regulasi pemberian anugerah pajak kendaraan bermotor (APKB) terhadap peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) Provinsi Jawa Barat]. Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum, 6(1), 168-189. https://doi.org/10.22304/pjih.v6n1.a9Howlett, M., & Fraser, S. (2009). *Government communication as a policy tool a framework for analysis. Canadian Science Review*. *3*(June), 23–37.
Kadji, Y. (2015). *Formulasi dan Implementasi Kebijakan Publik*. UNG Press Gorontalo.
Khairil, M., Liwesigi, F., Lampe, I., & Hatta, I. (2024). *Public Policy Communication in the Process of Implementing the Independent Learning Program for Remote Indigenous Peoples of Parigi Moutong Regency*. *16*(2), 839–854. https://doi.org/10.37680/qalamuna.v16i2.5187
LAN. (2021). *Penerapan Strategi Komunikasi Kebijakan yang Baik Memegang Peran Kunci Bagi Efektivitas Implementasi Kebijakan*. https://lan.go.id/?p=6827
LeGreco, M., & Tracy, S. J. (2009). Discourse tracing as qualitative practice. *Qualitative Inquiry*, *15*(9), 1516–1543. https://doi.org/10.1177/1077800409343064
M Nasrun Nur, Syamsu Rizal, & Muh Akbar. (2024). Komunikasi Politik Partai Kebangkitan Bangsa (Pkb) Sulawesi Selatan Dalam Menghadapi Pemilih Milenial Pada Pemilu 2024. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *5*(1), 377–381. https://doi.org/10.30872/ls.v5i1.3512
Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
Nasution, A., & Saputra, J. (2016). *Faktor Penghambat Penagihan Pajak Kendaraan Bermotor Yang Tertunggak Oleh Pemerintah Aceh*. 1–9.
Putra, A. R., & Dewi, M. F. (2023). Implementasi Sistem Informasi Manajemen Bangunan Gedung (SIMBG) Di Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (DPUPR) Kota Palangkaraya. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, *49*(2), 226–237. https://doi.org/10.33701/jipwp.v49i2.3618
Putri, A., & Wibowo, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *10*(2), 1–23.
Rachmawati, I. (2019). Strategi Komunikator Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pelanggan Air Minum Pdam Kota Sukabumi. *Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi*, *10*(1), 47. https://doi.org/10.23969/kebijakan.v10i1.1421
Rangkuti, Z. A., & Rangkuti, M. R. (2021). Komunikasi Kebijakan Publik dalam Implementasi Program e-Parking di Kota Medan. *Kalijaga Journal of Communication*, *3*(2), 141–151. https://doi.org/10.14421/kjc.32.04.2021

Rangkuti, Z. A., Rangkuti, M. R., & Wenxiu, P. (2021). Analysis of New Media Communication Based on Lasswell's "5W" Model. *Journal of Educational and Social Research*, *5*(2), 141–151. https://doi.org/10.14421/kjc.32.04.2021

Undang-Undang No 22 Tahun 2009, 19 Republik Indonesia 19 (2009).

Rosa, A. T. R. (2019). Effectiveness of the Role of Information Systems and Policy Systems in Educational Management To Improve the Quality of Public Service in Cileunyi District, Bandung Regency. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, *45*(1), 99–108. https://doi.org/10.33701/jipwp.v45i1.325

Sahir, S. H. (2021). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*.

Saputra Et. al, E. al. (2022). Mekanisme Pemungutan Serta Perlakuan Akuntansi Atas Pajak Kendaraan Bermotor Di Unit Pelaksana Teknis Pengelolaan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Surabaya Utara. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *3*(1), 56–67. https://repository.unair.ac.id/88056/

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2nd ed.).

Syaripudin, A. F., Nur, T., & Meigawati, D. (2020). Komunikasi Kebijakan Publik Dalam Penyelenggaraan Raklame di Kota Sukabumi. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, *8*(2), 82–86. https://doi.org/10.31289/publika.v8i2.4004

Winarno, B. (2016). *Kebijaka Publik Era Globalisasi : Teori, Proses, dan Studi Komparatif,*. Yogyakarta : Center of Academik Publishing Service. https://books.google.co.id/books?id=QDvJEAAAQBAJ&lpg=PR5&ots=q8YaNJBlJG&lr&pg=PR4#v=onepage&q&f=false

Wisdayanti, S., Burhanuddin, M. H., Amaliah, I. R., & Hamid, H. (2022). Partisipasi Masyarakat Dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (Pkb) Melalui E-Samsat Selama Pandemi Covid-19 Di Bapenda Sulawesi Selatan. *Jurnal Pallangga Praja (JPP)*, *4*(1), 99–105. https://doi.org/10.61076/jpp.v4i1.2644

Wumu, A. M., Dengo, S., & Londa, V. Y. (2022). Komunikasi Kebijakan Dalam Pelaksanaan Dana Desa Di Desa Watudambo II Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Administrasi Publik*, *VIII*(113), 39–51.

Yasin, A. (2020). Impact of fiduciary guarantee of motor vehicles credit which are not registered to nontax state revenue [Dampak jaminan fidusia kredit kendaraan bermotor yang tidak didaftarkan terhadap penerimaan negara bukan pajak]. Jurnal Konstitusi, 17(4), 828-848. https://doi.org/10.31078/jk1746