

Manajemen komunikasi politik dalam kebijakan amnesti pajak di indonesia

Sari Arsita

Program Studi Aktuaria, Universitas Tamansiswa, Padang.

Email: sari.arsita@gmail.com

Abstrak

Pembangunan yang berlangsung selama ini di Indonesia bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Untuk mewujudkannya, pemerintah harus meningkatkan sumber penerimaan dalam negeri dari pajak. Salah satunya melalui kebijakan pengampunan pajak. Penelitian ini membahas tentang peranan manajemen komunikasi politik dan hambatan dalam pelaksanaan kebijakan amnesti pajak di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini adalah pemerintah menjalankan perannya sebagai komunikator politik dengan memanfaatkan media komunikasi yang ada seperti media online. Perkembangan teknologi dan informasi ini memberikan kemudahan bagi wajib pajak untuk mengakses dan memberikan *feedback* dari pesan yang disampaikan pemerintah secara langsung dan cepat. Hambatan yang ada dalam komunikasi politik kebijakan amnesti pajak adalah kompetensi komunikasi yang tidak mumpuni pada SDM administratif dan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah.

Kata Kunci: Amnesti pajak; manajemen; manajemen komunikasi; komunikasi politik; media komunikasi

Management of political communication in tax amnesty policy in indonesia

Abstract

Development that took place so far in Indonesia aims to improve the welfare of society. To make this happen, the government must increase domestic revenues from taxes. One of them through the tax amnesty policy. This paper discusses the role of fiscal policy of management communication and barriers in the implementation of the tax amnesty policy in Indonesia. The method used in this research is a qualitative descriptive method with using data collection techniques by study of literature and field. The results from this research is that the government carry out its role as a political communicator by utilizing existing media such as online media. Development of information technology makes it easy for taxpayers to access and provide feedback of the message to the government directly and quickly. The barriers in the political communication policy is the tax amnesty communicative competence is not qualified in HR of administrative and public trust to the government.

Keywords: Tax amnesty; management; management communication; politic communication; communication media

PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini, pembangunan nasional secara terus menerus telah berlangsung dan berkesinambungan, pembangunan ini bertujuan dalam mencapai kesejahteraan rakyat yang dapat meningkat setiap tahunnya. Dalam mencapai tujuan tersebut, dibutuhkan anggaran negara untuk pembangunan yang besar. Salah satu usaha untuk mewujudkannya adalah dengan mengeksplor sumber penerimaan dalam negeri. Kebijakan fiskal yang baik merupakan instrumen penting dalam meningkatkan penerimaan negara. Kebijakan fiskal sangat mempengaruhi APBN karena merupakan komponen terbesar sebagai sumber pembiayaan dalam negeri. Realisasi pendapatan negara tahun 2015 tercatat mencapai Rp 1.491,5 triliun, sekitar 82% diantaranya didapat dari penerimaan perpajakan. Pajak menyumbang sebesar Rp 1.235,8 triliun, sedangkan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) menyumbang Rp 252,4 triliun. Sisanya adalah penerimaan hibah yaitu sebesar Rp 3,3 triliun. (Kemenkeu, 2016).

Undang-Undang Pengampunan Pajak nomor 11 Tahun 2016 telah disahkan pada tanggal 1 Juli 2016. Pada hakekatnya, kebijakan amnesti pajak memiliki beberapa tujuan, antara lain untuk meningkatkan hasil pendapatan pajak dan perluasan basis pajak, menanggulangi sektor perekonomian informal, mendorong repatriasi modal dan aset dan justifikasi untuk tindakan yang lebih keras. Karena alasan ini, pemerintah berani untuk mensahkan Undang-Undang pengampunan pajak.

Desain kebijakan amnesti pajak di tahun 2016 ini adalah menitikberatkan pada upaya pengungkapan harta dan repatriasi aset yang selama ini tidak dilaporkan. Apalagi Indonesia telah ikut menandatangani persetujuan *Automatic-Exchange of Information/AEOI* yang mulai berlaku di 2018 (OECD, 2016). Artinya keterbukaan informasi atas semua aset yang dimiliki oleh Wajib Pajak dapat diakses dengan mudah oleh pajak. Pengungkapan harta sebagai prasyarat amnesti pajak juga mempertimbangkan *administrative cost*, dimana penegakan kepatuhan pajak akan lebih efisien dengan adanya informasi atas kekayaan Wajib Pajak sebagai alat verifikasi. Selain itu dapat membantu meminimalkan terjadinya ledakan *tax disputes* atau sengketa pajak karena jika itu terjadi dapat menimbulkan *high cost* yang harus ditanggung baik oleh Wajib Pajak maupun otoritas pajak.

Pro dan kontra muncul setelah Undang-Undang disahkan, bermunculan berbagai opini maupun pandangan publik yang menilai bahwa kebijakan amnesti pajak ini hanyalah kebijakan jangka pendek yang dijadikan sebagai instrument untuk mencapai target penerimaan pajak tahun 2016 ini. Selain itu, isu keadilan juga menjadi perhatian. Amnesti pajak dianggap dapat menyebabkan Wajib Pajak patuh menjadi tidak patuh dan menunjukkan kurangnya kredibilitas dan komitmen pemerintah dalam menerapkan efek jera bagi WP yang tidak patuh. Dalam pandangan tersebut, dapat disampaikan bahwa amnesti pajak mencederai rasa keadilan dan melanggar kontrak fiskal (Marchese, 2014).

Di Indonesia amnesti pajak sudah dilakukan sebanyak dua kali. Dimulai pada tahun 1964 atau 20 tahun setelah kemerdekaan Indonesia. Kebijakan yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia yang terkait pengampunan pajak (amnesti pajak) ini memiliki capaian untuk mengembalikan dana revolusi, melalui perangkat Keppres (Keputusan Presiden Republik Indonesia). Selanjutnya pada tahun 1984 dilaksanakan kebijakan amnesti pajak kedua. Pada amnesti pajak kedua ini untuk mengganti sistem perpajakan yang berjalan di Indonesia yaitu *official-assesment* (besarnya jumlah pajak ditentukan oleh pemerintah) diubah menjadi ke *self-assesment* (besarnya pajak ditentukan oleh Wajib Pajak sendiri). Dari pelaksanaan kebijakan amnesti pajak pada tahun 1964 dan 1984 hasil yang diperoleh mengecewakan dan dinilai gagal.

Keberhasilan program amnesti pajak di satu negara bergantung pada sosialisasi dan publikasi atau faktor komunikasi politik dan publik, pasalnya komunikasi dan pemahaman yang kurang baik bisa mengakibatkan penolakan yang berujung pada kegagalan amnesti pajak. Effendi Gazali, pakar Komunikasi Politik di Universitas Indonesia, mengatakan bahwa peran komunikasi politik bertujuan untuk kepentingan publik, mengurangi ketidakpatian, menunjukkan arah, melibatkan politik, merancang makna bersama dan memberikan contoh/teladan. Pada tataran komunikasi politik, kementerian/lembaga memiliki peran yang penting dalam melaksanakan *political socialization* (sosialisasi politik). Ide, visi dan kebijakan strategis yang menjadi pilihan kementerian/lembaga DJP untuk disampaikan kepada masyarakat dengan maksud untuk memperoleh '*feedback*' berupa dukungan dari masyarakat luas atas

kebijakan yang dikeluarkan. DJP berperan sangat penting dalam rangka pendidikan politik. Direktorat Jenderal Pajak menjadi struktur-antara atau '*intermediate structure*' yang berperan dalam membumikan cita-cita kenegaraan dalam kesadaran kolektif masyarakat warga negara (Ristekdikti, 2016)

Banyak pihak menilai bahwa adanya kelemahan pemerintah untuk mengomunikasikan UU pengampunan pajak atau amnesti pajak. Banyak kesimpang siuran yang beredat di masyarakat yang akhirnya menjadi salah satu pembahasan hangat di media sosial twitter yang dalam waktu 24 jam telah menghasilkan tagar #stopBayarPajak sampai 1800 kali. Direktur Eksekutif Center for Indonesia Taxation Analysis, Yustinus Prastowo, menyampaikan bahwa ini tidak seharusnya terjadi apabila sejak awal pemerintah berkomunikasi yang baik dengan masyarakat. Persoalan awal adalah orang pajak harus menjelaskan pengertian dari amnesti tetapi tidak menyampaikan ada pilihan-pilihan lain yang bisa di pilih oleh Wajib Pajak. Adanya miskomunikasi ini berdampak pada rasa keadilan karena mengharuskan pegawai pension dan professional harus membayar pajak dua kali.

Amnesti pajak terlanjur menjadi isu sosial yang membuat gaduh di hampir seluruh lapisan masyarakat. Hal ini disampaikan Pakar Politik, Muhammad A.S. Hikam. Beliau menyampaikan bahwa salah satu penyebab utama terjadinya kegaduhan dalam program amnesti pajak adalah komunikasi publik yang amburadul. Beliau meyakini oleh berbagai pandangan, dan juga perdebatan yang terjadi, bahwa persoalan "*communication breakdown*" itulah akar masalah yang paling penting dan memerlukan perbaikan secara komprehensif. Jika ditilik dari masalah substansi amnesti pajak, baik landasan konstitusi, legislasi, politik, etik, maupun kepentingan strategis nasional, program itu memiliki landasan kuat dan justifikasi yang bagus. Yang jadi masalah, dalam pelaksanaan di lapangan, ekspektasi pemerintah bahwa kebijakan tersebut akan disambut antusias dan menghasilkan dukungan kuat dari publik ternyata berantakan. Alih-alih, yang terjadi adalah kegaduhan dan bahkan penolakan yang semakin marak, masif dan lintas kelompok masyarakat dari yang paling atas sampai bawah. Dan, naga-naganya, ia mulai mengarah menjadi politisasi yg bisa memukul balik (*backlash*) kredibilitas Pemerintah dan Presiden Jokowi sendiri (Siadari, 2016).

Jika melihat kembali kebelakang, *Sunset Policy* kebijakan pada tahun 2008 lalu berhasil memperbesar jumlah Wajib Pajak terdaftar secara cukup signifikan. Namun beberapa tahun setelah itu terlihat pihak Kantor Pajak sedikit terlena dengan memprioritaskan kegiatannya pada pengawasan terhadap Wajib Pajak yang sudah terdaftar, dan seolah-olah "melupakan" individu dan unit-unit usaha yang belum terdaftar sebagai Wajib Pajak.

Pada beberapa poin, Kantor Pajak memiliki target tinggi dalam hal penerimaan pajak, karena itulah pemeriksaan pajak sangat ketat pada bisnis yang memiliki posisi lebih bayar. Sementara itu, WP yang memiliki posisi lebih bayar melakukan manipulasi data agar lolos dalam pemeriksaan pajak. Padahal biaya dan waktu yang harus dikeluarkan oleh Wajib Pajak yang menjalani pemeriksaan tidaklah sedikit apalagi jika harus melalui proses keberatan dan banding di pengadilan pajak. Jadi jika diperhatikan, potensi suksesnya sebuah kebijakan pajak akan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keseriusan Pemerintah dalam menangani pelanggaran pajak yang dilakukan setelah masa berlaku *sunset policy* berakhir. Selain itu *sunset policy* hanyalah salah satu dari sekian banyak kebijakan pajak yang perlu dibenahi secara berkesinambungan.

Amnesti pajak bukan hanya menjadi isu ekonomi dan perhatian para pakar ekonomi, tetapi juga kalangan pemerhati politik. Kebijakan amnesti pajak merupakan salah satu kebijakan politik yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia karena kebijakan ini diambil dengan pertimbangan-pertimbangan politis. Banyak pihak memberikan pendapat baik pro maupun kontra terhadap kebijakan Undang-Undang pengampunan pajak. Komunikasi politik yang dilakukan pemerintah sampai saat ini masih belum ideal, hal ini dinilai menjadi salah satu penyebab simpang siurnya pelaksanaan kebijakan amnesti pajak. Untuk mencapai keberhasilan kebijakan amnesti pajak saat ini, pemerintah perlu memperkuat komunikasi politik guna menciptakan akuntabilitas dan transparansi yang bisa mengurangi *distrust* masyarakat terhadap pemerintah.

METODE

Di dalam pendekatan penelitian akan dibahas mengenai tata cara dan dasar peneliti dalam mempelajari dan melihat suatu permasalahan sosial, yang didasari pada asumsi dasar dalam ilmu sosial. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan penelitian kualitatif.

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini masuk ke dalam kategori penelitian deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peranan komunikasi politik perpajakan dalam pelaksanaan kebijakan amnesti pajak di Indonesia dan menganalisis hambatan yang ada dalam pelaksanaan kebijakan tersebut. Dari segi dimensi waktu, jenis penelitian ini merupakan kategori *cross sectional research*. Berdasarkan Manfaatnya, jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian murni karena berorientasi pada ilmu pengetahuan dan akademis. Penelitian ini dapat menjadi pengetahuan mendasar dan independen sehingga dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Namun, karena penelitian ini berkaitan dengan kebijakan baru tentang pengampunan pajak, diharapkan penelitian ini juga memberi manfaat bagi pembuat kebijakan pajak untuk menjadi pedoman pengambilan keputusan dan tindakan sosialisasi kebijakan berikutnya.

Dalam mencari informasi yang sesuai dengan permasalahan penelitian, maka penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data:

Studi literatur (*literature research*); dan

Studi lapangan (*field research*)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif. Peneliti mendapatkan data langsung dari informan melalui wawancara mendalam, data tersebut direkam dengan *voice memo handphone* dibantu alat tulis lainnya. Kemudian dibuatkan transkripnya dengan mengubah hasil wawancara dari bentuk rekaman menjadi bentuk tertulis secara verbatim. Data yang telah didapat dibaca berulang-ulang agar penulis mengerti benar data atau hasil yang telah didapatkan. Berdasarkan kerangka teori dan pedoman wawancara, peneliti menyusun sebuah kerangka awal analisis sebagai acuan dan pedoman dalam melakukan coding. Dengan pedoman ini, peneliti kemudian kembali membaca transkrip wawancara dan melakukan coding, melakukan pemilihan data yang relevan dengan pokok pembicaraan. Data yang relevan diberi kode dan penjelasan singkat, kemudian dikelompokkan atau dikategorikan berdasarkan kerangka analisis yang telah dibuat. Penelitian ini fokus pada analisis komunikasi politik perpajakan dan hambatan dalam melaksanakan kebijakan baru amnesti pajak yang telah dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia pada tahun 2016.

Dalam penelitian ini, tidak ada satu site khusus tempat peneliti melakukan penelitiannya karena pengambilan data tidak dilakukan hanya di satu tempat. Penelitian dilakukan di beberapa tempat di Jakarta, antara lain Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kantor Badan Kebijakan Fiskal (BKF), FISIP Universitas Indonesia, Kantor Center for Indonesia Taxation Analysis (CITA), Kantor Konsultan Pajak Danny Darussalam Tax Center, dan Kantor Halomoney.co.id

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Komunikator dan perannya dalam kebijakan amnesti pajak

Komunikator	Peran
Presiden	Sebagai <i>opinion leader</i> Menjadi simbolik <i>gesture</i> Mempunyai <i>political will</i>
Kementerian keuangan	Aktif dalam mengawal amnesti pajak. Ikut mendampingi presiden dalam sosialisasi
Direktorat jenderal pajak	Evaluasi rutin kepada siapa-siapa saja yang pantas untuk melakukan TA Sebagai pelaksana kebijakan di lapangan yang berhubungan langsung dengan Wajib Pajak. Dibentuknya satgas khusus di internal DJP.
Praktisi dan konsultan pajak	Sebagai <i>influencer</i> bagi Masyarakat dan sebagai <i>figure</i> yang menjadi <i>role model</i> dalam meningkatkan kepercayaan dan keterbukaan Masyarakat dalam perpajakan.

Dengan berbagai pertimbangan yang ada, pemerintah Indonesia dirasa perlu untuk membuat kebijakan yang memiliki payung hukum yang kuat sebagai landasan kebijakan perpajakan dalam merealisasikan potensi penerimaan pajak dengan memberikan pengampunan pajak kepada Wajib Pajak. Ini sebagai bentuk kesempatan terakhir bagi Wajib Pajak yang melakukan *onshore* maupun *offshore tax evasion* sebagai tempat rekonsiliasi perpajakan nasional dan diharapkan dapat meningkatkan penerimaan negara.

Tertanggal 1 Juli 2016 telah disahkan Undang-Undang tentang Pengampunan Pajak Nomor 11 Tahun 2016. Kebijakan tersebut mulai berlaku pada hari Senin 18 Juli 2016. Disahkannya Undang-Undang ini dinilai sebagai bentuk awal reformasi kebijakan pajak di Indonesia. Berbagai perdebatanpun bermunculan, kebijakan ini berdampak pada munculnya berbagai opini publik baik pro maupun kontra. Semua kalangan muncul menyampaikan pendapatnya tentang kebijakan ini, dari kalangan politisi, akademisi perpajakan, praktisi perpajakan, ormas, bahkan artis pun ikut menyuarakan pendapatnya. Di televisi banyak bermunculan berita tentang pelaksanaan kebijakan pengampunan pajak, dan yang tak kalah pentingnya media online yang mudah diakses semua kalangan ikut membahas kebijakan tersebut. Banyak bermunculan forum-forum dadakan di kolom komen berita pengampunan pajak, atau di kolom komen postingan *Facebook* salah satu praktisi pajak.

Masyarakat yang menyikapi hal ini dengan positif memiliki pandangan bahwa kebijakan pengampunan pajak dapat menjadi solusi yang efektif untuk memperbaiki basis pajak dan meningkatkan jumlah Wajib Pajak baru serta meningkatkan penerimaan pajak negara. Namun, terdapat pula kelompok yang kontra dengan argumen bahwa kebijakan tersebut dirasa menjadi sebuah langkah putus asa dari pemerintah. Bahkan Fitra (Forum Indonesia Untuk Transparansi Anggaran) dan PP Muhammadiyah mengajukan *judicial review* ke Mahkamah Konstitusi karena dinilai mencederai keadilan. Selain itu, pemberlakuan kebijakan pengampunan pajak dapat mendorong warga yang selama ini taat pajak menjadi nakal karena ada faktor kecemburuan sosial dalam pemberlakuan rancangan undang-undang tersebut.

Seperti yang disampaikan oleh Cangara, bahwa komunikasi politik berfungsi untuk memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat; melakukan sosialisasi tentang kebijakan, program dan tujuan politik, memberikan motivasi kepada politisi, fungsionaris dan para pendukung partai, menjadi *platforms* yang bisa menampung ide-ide masyarakat sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam meningkatkan efektivitas politik dalam masyarakat dan membentuk opini publik.

Pemerintah sebagai komunikator

Komponen komunikasi yang paling memiliki peranan penting adalah Sumber atau source, dimana sebuah komunikasi berawal dari komponen ini. Sumber atau *source* dalam teori komunikasi dapat disebut sebagai komunikator dan yang menjadi komunikator dalam pelaksanaan kebijakan pengampunan pajak adalah Pemerintah. Pemerintah Indonesia memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan kebijakan amnesti pajak di wilayah Indonesia.

Presiden sebagai kepala negara ikut berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan kebijakan amnesti pajak ini. Banyak bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh Presiden Joko Widodo. Presiden sebagai *opinion leader* memainkan peran sosial yang penting, terutama dalam proses opini publik, Presiden Joko Widodo melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang dinilai sebagai kontrol utama keamanan untuk menghindari terjadinya konflik. Langkah awal yang dilakukan oleh Presiden Jokowi adalah dengan mengikat tiga institusi penegak hukum dengan memberi dukungan tertulis untuk pelaksanaan UU tersebut. Jaksa Agung M Prasetyo, Kapolri Jenderal Pol Badrodin Haiti, dan Kepala PPATK M Yusuf menandatangani surat pernyataan dukungan terhadap pelaksanaan Undang-Undang Pengampunan Pajak. Ini merupakan respon pemerintah. Surat Pernyataan Dukungan itu diketik di selembar kertas putih tidak ada kop, tidak ada nomor, dan tak ada keterangan tanggal. Suratnya berisi pernyataan sepanjang dua paragraf, ditandatangani dari kiri ke kanan oleh Jaksa Agung, Kapolri, dan Kepala PPATK. Berdasarkan news.detik.com, surat ini sudah dikonfirmasi kepada Kapolri Jenderal Badrodin Haiti, dimana Kapolri menandatangani surat tersebut pada hari jumat tanggal 1 Juli 2016. Kasubdit Humas Perpajakan Direktorat Jenderal Pajak juga menjelaskan bahwa dengan adanya surat pernyataan ini dapat meningkatkan *trust* Masyarakat kepada pemerintah.

Media komunikasi politik kebijakan amnesti pajak

Media atau saluran komunikasi menjadi alat atau sarana komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Dalam pelaksanaan kebijakan amnesti pajak, banyak sarana yang digunakan oleh Pemerintah selaku komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya kepada pihak yang dinilai memiliki pengaruh dan potensi untuk mensukseskan pelaksanaan kebijakan amnesti pajak seperti komunikasi politik melalui media massa, media massa cetak, media massa elektronik, dan media online (Website, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube).

Menurut CS.Pierce, Dalam pesan komunikasi politik yang disampaikan oleh komunikator, dapat berupa ikon atau symbol. Penyampaian pesan menggunakan ikon ini juga digunakan oleh pemerintah dalam menyampaikan pesan politik dari kebijakan Tax Amnesty. Pemerintah membuat sebuah logo yang menjadi symbol dari program kebijakan pengampunan pajak. Gambar burung merpati berwarna emas yang dibentuk seperti dengan gambar merpati menggunakan origami. Merpati melambangkan kesetiaan, cinta, dan perdamaian. Melalui pengampunan pajak, seluruh rakyat menyatakan kembali kesetiaan dan cintanya kepada negara melalui pengakuan harga dan menjadi momentum perdamaian antara rakyat dan negara. Warna emas melambangkan harta. Sedangkan origami mengandung makna kesabaran dan ketelatenan. Dimulai dari secarik kertas, lalu mengukur presisi lipatan dengan seksama, kesabaran pada tiap langkahnya, dan akhirnya mendapat hasil sesuai dengan yang diharapkan.

Selain gambar burung merpati, terdapat tiga kata tertera. Ungkap, tebus dan lega. Ungkap, berarti sebuah pernyataan dari WP untuk bersedia melaporkan seluruh kekayaan yang belum dilaporkan dalam SPT tahunan setahun terakhir. Tebus, memiliki makna pembayaran sejumlah uang ke kas negara untuk mendapatkan pengampunan pajak. Kemudian lega, adalah perasaan yang nantinya akan dirasakan WP manakala telah memanfaatkan pengampunan pajak.

Media komunikasi interpersonal juga digunakan pemerintah. Komunikasi interpersonal lebih bersifat intim. *Feedback* dapat berlangsung dengan cepat sehingga dapat mengetahui reaksi yang dapat menjadi komunikasi non verbal. Selain itu bisa mengurangi noise dalam berkomunikasi karena terjadi secara langsung dan bila ada gangguan langsung bisa dikonfirmasi. Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Muliawan D Hadad menyampaikan bahwa cara mempertahankan keberhasilan periode pertama *tax amnesty* salah satu cara yang paling efektif adalah dengan melakukan sosialisasi yang dilakukan oleh perbankan secara tertutup kepada nasabah besarnya karena yang punya uang banyak ingin lebih pribadi dan memiliki persoalan yang berbeda-beda. Mereka cenderung enggan mengikuti pertemuan yang banyak orang.

Pendekatan personal dapat dilakukan oleh komunikator kepada komunikator yang lain. Atau dari satu aktor politik ke aktor politik yang lain. Dalam pelaksanaan kebijakan Tax Amnesty, pendekatan politik dilakukan oleh pemerintah baik Presiden, Menteri Keuangan, Ketua DJP ataupun para pejabat-pejabat yang secara personal melakukan pendekatan atau sosialisasi secara intim dengan pihak-pihak tertentu seperti akademi perpajakan, praktisi, konsultan pajak, perbankan yang dinilai dapat ikut mempengaruhi halayak sehingga tujuan kebijakan Tax Amnesty dapat tercapai.

Media komunikasi organisasi, merupakan salah satu komunikasi politik yang dilakukan pemerintah sebagai komunikator kepada badan-badan atau organisasi tertentu secara khusus sebagai khalayak organisasi. Ani Natalia menyampaikan bahwa target untuk fase kedua *tax amnesty* adalah kelompok-kelompok atau organisasi tertentu. Pada awalnya Muhammadiyah berencana menggugat atau mengajukan *judicial review* Undang-undang Nomor 11 Tahun 2016 tentang Pengampunan Pajak ke Mahkamah Konstitusi (MK) akhirnya batal dan balik mendukung program *tax amnesty* setelah menerima audiensi dari Menteri Keuangan Ibu Sri Mulyani Indrawati. Sebagai respon dari kesimpang siuran berita pengajuan *judicial review* maka muncul surat edaran dari pimpinan pusat Muhammadiyah tentang persoalan UU Pengampunan Pajak. Surat Edaran No.488/EDR/I.0/I/2016 ditandatangani langsung oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah dengan Ketua Umum Dr.H.Haedar Nashir.

Dampak komunikasi politik dalam kebijakan tax amnesty

Dalam proses komunikasi, efek komunikasi merupakan akibat yang muncul oleh komunikator kepada komunikan, setidaknya efek komunikasi merupakan tahap awal adanya umpan balik atau *feedback* yang merupakan indikator berlanjut tidaknya proses komunikasi tersebut. Setelah Presiden mensahkan Undang-Undang pengampunan pajak, berbagai respon bermunculan dimasyarakat baik respon positif maupun respon negatif. Awalnya pemerintah dinilai tidak bertindak tegas dan cepat dalam mengkomunikasikan kebijakan tersebut. Kelemahan pemerintah untuk mengomunikasikan UU pengampunan pajak atau *tax amnesty* dari awal dianggap telah menciptakan kesimpangsiuran di tengah masyarakat.

Setelah mengkajinya, pemerintah merespon dengan mengeluarkan Peraturan Direktur Jenderal (Perdirjen) Pajak Nomor Per-11/PJ/2016 tentang Pengaturan Lebih Lanjut Mengenai Pelaksanaan Undang-undang(UU) Nomor 11 Tahun 2016 tentang Pengampunan Pajak atau *Tax Amnesty*. Bab I Pasal

I diatur Wajib Pajak (WP) yang bisa tidak mengikuti *tax amnesty*. Ayat (2), disebutkan orang pribadi seperti petani, nelayan, pensiunan, tenaga kerja Indonesia atau subjek pajak warisan yang belum terbagi yang jumlah penghasilannya di tahun pajak terakhir di bawah Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) dapat tidak menggunakan haknya mengikuti *tax amnesty*.

Ketidakpastian informasi mengenai pengampunan pajak lalu membuahkan keresahan masyarakat yang tercermin dalam percakapan di media sosial. yang berdampak pada munculnya tanda pagar #StopBayarPajak di Twitter sampai 18.000 kali hanya kurun waktu 24 jam dan selanjutnya #StopBayarPajak menjadi trending topic selama lebih dari 15 jam sejak hari Senin pada tanggal 29 Agustus.

Hambatan komunikasi politik perpajakan pada kebijakan amnesti pajak

Dalam pelaksanaan sebuah kebijakan politik, pasti akan ditemukan hambatan-hambatan dari berbagai hal, termasuk hambatan dalam komunikasi politiknya. Hambatan komunikasi politik dapat muncul dari berbagai unsur-unsurnya seperti dari sisi komunikatornya, dari sisi media maupun dari sisi komunikannya.

Hambatan dalam komunikasi politik disebut dengan istilah *barrier*. Berdasarkan wawancara mendalam dari beberapa informan, dapat ditemukan hambatan mekanis, hambatan semantik dan hambatan psikologis dalam pelaksanaan komunikasi politik kebijakan *tax amnesty*. Hambatan yang timbul dalam komunikasi politik perpajakan pada kebijakan amnesti pajak adalah kompetensi komunikasi yang tidak mumpuni, dan *Trust* (Kepercayaan). Bentuk komunikasi yang tidak kompeten dalam penyampaian informasi dapat mengakibatkan pesan yang disampaikan tidak dapat tercapai. Kompetensi komunikasi yang buruk merupakan bentuk hambatan semantik, yaitu hambatan yang berhubungan dengan bahasa yang digunakan dalam penyampaian pesan, sehingga terjadi perbedaan penafsiran atau salah pengertian terhadap suatu pesan yang pada akhirnya terjadi salah komunikasi diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Kepercayaan merupakan hambatan psikologis yang ada pada Masyarakat.

SIMPULAN

Peranan komunikasi politik perpajakan dalam pelaksanaan kebijakan amnesti pajak di Indonesia adalah pemerintah menjalankan perannya sebagai komunikator politik dengan memanfaatkan media-media yang ada, media yang paling berpengaruh dalam pelaksanaan kebijakan ini adalah media online. Perkembangan teknologi dan informasi ini memberikan kemudahan bagi wajib pajak untuk mengakses informasi dan memberikan *feedback* dari pesan yang disampaikan pemerintah secara langsung dan cepat. Sehingga pemerintah dapat memberikan respon untuk menghilangkan keresahan-keresahan yang ada.

Hambatan yang ada dalam melakukan komunikasi politik perpajakan pada kebijakan amnesti pajak adalah Kompetensi komunikasi yang tidak mumpuni dan kepercayaan masyarakat. Kompetensi komunikasi yang tidak mumpuni banyak ditemukan pada SDM-SDM yang menjalankan proses administratif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial, (2010). Komunikasi Politik, Jakarta : Indeks
- Nimmo, Dun. (2005). Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media. Bandung:PT Rempaja Rosdakarya.
- “Realisasi Pendapatan Negara 2015 Capai Rp1.491,5 Triliun.” 5 Januari 2016 <<http://www.kemenkeu.go.id/Berita/realisasi-pendapatan-negara-2015-capai-rp14915-triliun%3Ftag%3Danggaran-apbn-p-2015-pendapatan>>
- “AEOI: Status of Commitments” 26 Juli 2016 <<http://www.oecd.org/tax/transparency/AEOI-commitments.pdf>>
- “Upaya Membangun Komunikasi Politik yang Sistematis, Sinergis, dan Efektif pada Kementerian/Lembaga” <<http://jdih.ristekdikti.go.id/?q=berita/%E2%80%99Cupaya-membangun-komunikasi-politik-yang-sistematis-sinergis-dan-efektif-pada-kementerianlembaga%E2%80%9D>>

-
-
- “Kesalahan komunikasi' pemerintah timbulkan simpangsiur amnesti pajak”. Jerome Wirawan. 31 Agustus 2016
<http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2016/08/160830_indonesia_amnesti_pajak_simpangsiur>
- “Skenario Menyelamatkan Tax Amnesty dari Kegagalan”. Eben E.Siadari. 2 September 2016
<<http://www.satuharapan.com/read-detail/read/skenario-menyelamatkan-tax-amnesty-dari-kegagalan>>
- Carla Marchese. “Tax Amnesty”, IEL paper in comparative analysis of institution, Economics and law no 17. 2014