

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa komunikasi layanan SAMOLI (SAMSAT Mobile Lima Tahunan) dengan pendekatan teori Teknik kampanye *public relations* mengimplementasikan tujuh teknik kampanye menurut Rosady Ruslan secara terintegrasi dan efektif. Pertama, teknik partisipasi tampak melalui keterlibatan aktif masyarakat dalam menyebarkan informasi tentang layanan ini, baik melalui media sosial maupun secara lisan (getuk tular), yang menjadikan mereka subjek kampanye, bukan sekadar objek. Kedua, teknik asosiasi diterapkan dengan mengaitkan citra SAMOLI dengan nilai kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan, serta membangun kesan layanan publik yang modern dan dekat dengan masyarakat melalui visualisasi dan narasi yang konsisten. Ketiga, teknik integratif terlihat dari upaya menyelaraskan kebutuhan masyarakat dengan kebijakan pemerintah melalui penempatan lokasi layanan berdasarkan pemetaan wilayah yang strategis. Keempat, teknik ganjaran ditunjukkan melalui manfaat nyata seperti layanan cepat, bebas antrean, serta insentif seperti bebas denda yang menjadi motivator penting bagi kepatuhan wajib pajak. Kelima, teknik penataan patung es dilakukan dengan membentuk citra positif layanan pajak melalui konten visual yang menampilkan pelayanan cepat, ramah, dan efisien. Keenam, teknik memperoleh empati tercermin dari pelayanan komunikatif, ramah, dan humanis baik secara langsung maupun melalui platform digital, sehingga menumbuhkan rasa dihargai di kalangan masyarakat. Terakhir, teknik koersi atau paksaan diterapkan secara edukatif, tanpa intimidasi, namun tetap tegas dalam menyampaikan pentingnya kepatuhan terhadap kewajiban membayar pajak. Secara keseluruhan, penerapan ketujuh teknik kampanye ini menjadikan SAMOLI bukan sekadar inovasi layanan, melainkan juga sarana komunikasi publik yang mampu membangun kepercayaan, loyalitas, dan partisipasi masyarakat dalam mendukung kepatuhan pajak kendaraan bermotor

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut untuk pengembangan dan peningkatan efektivitas kampanye layanan SAMOLI di masa mendatang:

1. Peningkatan konsistensi konten digital SAMSAT Kota Yogyakarta perlu dilakukan penguatan dan konsistensi dalam mengelola di media sosial, khususnya di *feeds* Instagram. Penyajian informasi hendaknya dibuat lebih menarik dan informatif agar dapat menjangkau masyarakat lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di platform digital.
2. Pemanfaatan *influencer* atau tokoh lokal untuk meningkatkan daya jangkau dan efektivitas pesan komunikasi layanan, disarankan agar SAMSAT Kota Yogyakarta berkolaborasi dengan influencer lokal atau tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh di komunitasnya. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan mempercepat penyebaran informasi layanan.
3. Penyampaian sanksi yang edukatif atau terkait konsekuensi hukum perlu tetap disampaikan secara halus dan edukatif agar menumbuhkan kesadaran tanpa rasa terintimidasi
4. Evaluasi dan survei kepuasan secara berkala untuk menampung aspirasi, keluhan, dan saran dari masyarakat pengguna layanan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa layanan terus mengalami peningkatan berdasarkan pengalaman nyata masyarakat.

Dengan mempertahankan komunikasi layanan SAMOLI (SAMSAT Mobile Lima Tahunan) dengan pendekatan teori teknik kampanye *public relations* dari Rosady Ruslan, serta terus melakukan evaluasi dan inovasi, layanan SAMOLI memiliki potensi untuk menjadi model pelayanan publik yang unggul, tidak hanya dalam hal efisiensi teknis, tetapi juga dalam membangun kedekatan, kepercayaan, dan kemitraan yang sehat antara pemerintah dan masyarakat.