

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor (Bapenda) menggunakan media massa sebagai media publikasi karena target *audience* Bapenda berusia 25-70 tahun artinya masih ada yang belum dapat beradaptasi menggunakan perpindahan media dari media massa ke media sosial. Menurut Canggara (2010) dalam Prasetyo (2020:7) massa berasal dari kata bahasa Inggris, yaitu *mass* yang artinya kelompok atau kumpulan yang tidak terhitung jumlahnya, dapat disimpulkan bahwa pengertian media massa adalah perantara atau alat komunikasi yang menyampaikan pesan, gagasan, dan informasi menggunakan pemancar atau sinyal dan juga media kertas, seperti yang digunakan untuk pembuatan media cetak. Media cetak adalah suatu dokumen atas segala hal yang dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap sang jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto dan sebagainya. Fungsi utama media cetak adalah memberi informasi dan menghibur. Hal tersebut yang membuat media cetak bertahan sampai saat ini.

Media cetak digunakan untuk pembuatan iklan atau *advertising*, iklan menurut Morissan (2010:17) didefinisikan sebagai “*Any paid form of nonpersonal communication about an organization, product, service, or idea by an identified sponsor*” (setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh sponsor yang diketahui). Adapun maksud ‘dibayar’ pada definisi tersebut menunjukkan iklan pada umumnya harus dibeli. Maksud kata ‘nonpersonal’ berarti suatu iklan melibatkan media massa yang dapat mengirimkan pesan kepada sejumlah besar kelompok individu pada saat bersamaan. Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibayar orang hal ini kemungkinan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas.

Sementara menurut Michael Ray dalam Morissan (2010:16) mendefinisikan promosi sebagai “*the coordination of all seller-initiated efforts to setup channels of information and persuasion to sell goods and services or promote an idea*” (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan). Strategi promosi memainkan peran penting pada program pemasaran perusahaan karena strategi promosi merupakan upaya perusahaan untuk berkomunikasi dan menjual produk mereka kepada konsumen. Iklan dan promosi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern. Iklan atau promosi sama-sama memiliki peranan penting bagi perusahaan dalam upaya berkomunikasi kepada konsumen dengan bentuk menginformasikan, mengajak, serta mengingatkan.

Menurut Ramdani (2019:1) dalam buku “Penerbitan” teknologi informasi di era globalisasi sekarang ini berperan sangat penting, baik dalam usaha maupun dalam kehidupan sehari-hari. Semua segi kehidupan manusia tidak terlepas dari sentuhan teknologi informasi, apalagi setelah ditemukannya teknologi digital. Salah satu bidang yang berkaitan dengan teknologi informasi adalah media massa. Saleh *et al* (2018:5) mengatakan informasi saat ini dapat diakses dengan mudah dan informasi mengenai obrolan pun terdapat di mana-mana, baik informasi tersebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



benar atau tidak, sah atau tidak, berguna atau tidak, namun yang pasti informasi tidak pernah lepas dari manusia.

Seiring berkembangnya zaman, internet yang terus maju hingga hampir semua kegiatan digantikan secara online, Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor bersama dengan Walikota Bogor terus berupaya untuk mewujudkan Bogor *Smart City*, salah satunya adalah dengan diluncurkannya aplikasi e-SPPT. E-SPPT adalah sebuah *website* serta aplikasi yang dikembangkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor (Bapenda) dalam rangka mewujudkan Bogor *Smart City* bersama dengan Walikota Bogor. Aplikasi ini merupakan sebuah terobosan baru dari Pemerintah Kota Bogor untuk mengganti perwujudan dari SPPT (Surat Penagihan Pajak Terhutang) yang tadinya berupa kertas dan mudah hilang menjadi wujud digital yang mudah untuk diakses, praktis, dan juga tidak mudah hilang dengan memanfaatkan teknologi informasi bersamaan dengan kondisi Pandemi Covid-19 untuk mengurangi tatap muka.

SPPT PBB adalah sebuah surat pemberitahuan dan keputusan yang datang dari Badan Pendapatan Daerah terkait dengan pajak terutang dalam satu tahun pajak. SPPT ini adalah dokumen penentu dari besaran pembayaran objek pajak yang akan diberikan kepada pemilik dari objek pajak tersebut. Sementara itu Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) adalah salah satu jenis Pajak yang diselenggarakan pemungutannya oleh Badan Pendapatan Daerah. Objek Pajak PBB P2 adalah Bumi dan/atau Bangunan yang dimiliki, dikuasai, dan/atau dimanfaatkan oleh orang pribadi atau Badan berada pada wilayah kota dan pedesaan seperti rumah, hotel, restoran, *apartement*, rumah susun, pabrik, tanah kosong dan sawah.

Sehubungan dengan peluncurannya aplikasi e-SPPT, Bapenda Kota Bogor mengeluarkan beberapa jenis iklan cetak yang biasa dipakai dan/atau dikeluarkan yaitu iklan selebaran dan juga iklan kolom untuk menginformasikan serta mengajak para wajib pajak untuk menggunakan aplikasinya. Beberapa bentuk iklan (promosi) dari e-SPPT ini menarik untuk dibahas dikarenakan aplikasi ini masih baru dan juga belum banyak yang tahu mengenai aplikasi tersebut. Iklan yang diluncurkan oleh Bapenda tentang e-SPPT ini bertujuan mempromosikan aplikasinya dan juga memberikan diskon PBB P2 untuk tiga bulan awal penggunaan aplikasi.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas pada laporan akhir ini, yaitu:

- 1) Apa saja media cetak yang digunakan Bapenda Kota Bogor?
- 2) Bagaimana proses produksi iklan e-sppt di Bapenda Kota Bogor?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi dalam proses produksi iklan e-sppt di Bapenda Kota Bogor?

### **Tujuan**

Pembuatan Laporan Akhir ini memiliki beberapa tujuan. Tujuan tersebut sesuai dengan rumusan masalah yang telah dituliskan di atas. Tujuan penulisan laporan akhir ini yaitu:

- 1) Mengetahui apa saja media cetak yang digunakan oleh Bapenda Kota Bogor.
- 2) Menjelaskan proses produksi iklan e-sppt di Bapenda Kota Bogor.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





- 3) Menganalisis hambatan dan solusi dalam proses produksi iklan e-sppt di Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor.

## METODE

### Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data laporan akhir ini dilakukan di Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor yang beralamatkan di Jalan Pemuda No.31 RT.01/RW.06, Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor, Jawa Barat. Waktu PKL yang berlangsung selama dua bulan, sejak 02 Februari 2022 sampai dengan tanggal 02 April 2022. Operasional kantor dilakukan pada hari Senin hingga Jumat pukul 08.00 hingga 15.00 WIB. Pandemi Covid-19 yang sudah mulai mereda membuat kantor Bapenda memberlakukan sistem kerja *work from office* (wfo) dan *work from home* (wfh) dikarenakan kembali munculnya variasi baru, yaitu omicron maka Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor menerapkan sistem *hybrid*, yaitu dengan wfh dan wfo kepada para pekerja untuk meminimalisir terjadinya penyebaran virus Covid-19.

### Data dan Instrumen

Jenis data yang dihimpun selama pembatasan tugas akhir ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung baik dari pembimbing lapangan maupun staf dari Sub. Bidang Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor. Adapun data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dengan memanfaatkan data yang sudah ada berupa informasi mengenai profil Bapenda, pengertian promosi, dan desain. Instrumen merupakan alat yang digunakan untuk membantu pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penyusunan data di laporan akhir berupa daftar pertanyaan, kamera, dan alat perekam.

### Teknik Pengumpulan Data

Penyusunan laporan akhir ini tak terlepas dari beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan meliputi:

- 1) Observasi Langsung  
Observasi langsung merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan selama melakukan praktik kerja lapangan. Teknik ini dilakukan dengan mengamati Proses Produksi Desain Promosi e-SPPT di Bapenda Kota Bogor.
- 2) Wawancara  
Metode wawancara juga digunakan dalam pengumpulan data, yaitu dengan bertanya langsung kepada pembimbing lapangan atau staf bagian Penyuluhan terkait hal-hal yang belum dipahami. Wawancara dilakukan dengan bertatap muka langsung maupun melalui telepon genggam bila tidak memungkinkan untuk bertatap muka
- 3) Partisipasi Aktif  
Pelaksanaan PKL adalah kesempatan untuk berpartisipasi langsung dalam rangkaian kerja yang dilakukan oleh bidang Penyuluhan, seperti membuat desain promosi e-SPPT yang baru saja di *launching* oleh Bapenda untuk