BAB II

PELAKSANAAN PREAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktivitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Cianjur, penulis ditempatkan pada bagian seksi Pengolahan Data dan Informasi, dan merangkap di bagian loket pembuatan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) yang berada dinaungan seksi Pelayanan. Membuat penulis terlibat dalam kegiatan baik di seksi Pengolahan Data dan Informasi itu sendiri maupun di bagian loket pembuatan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Pada dasarnya kegiatan tersebut terbagi menjadi dua jenis kegiatan, yakni kegiatan rutin dan kegiatan incidental.

Kegiatan rutin adalah kegiatan yang secara berulang dilakukan penulis selama melaksanakan praktek kerja lapangan. Sedangkan kegiatan Insidental merupakan kegiatan yang sifatnya sementara dan dilakukan sewaktu-waktu pada waktu tertentu oleh penulis.

Aktivitas Praktek Kerja Lapangan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Cianjur berlangsung dari tanggal 16 Juli hingga 30 Agustus 2013. Dengan jam masuk kerja adalah pukul 07.00 WIB dan jam pulang adalah pukul 16.00 WIB, sedangkan jam masuk kerja pada saat Ramadhan adalah pukul 08.00 WIB dan jam pulang adalah 16.00 WIB.

Adapun daftar kegiatan rutin dan insidentil yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Cianjur selama kurang lebih 30 hari dapat dilihat pada table 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1
Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Cianjur

No	Hari / Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidentil
1.	Selasa, 16 Juli 2013	- Perkenalan dengan para karyawan. - Pengarahan mengenai pekerjaan yang dapat dikerjakan di bagian seksi Pengolahan Data dan Informasi - Pemantauan aplikasi *e*-SPT dan *e-Filling*	✓	✓ ✓
2.	Rabu 17 Juli 2013	- Melayani pembuatan NPWP	✓	
3.	Kamis, 18 Juli 2013	- Melayani pembuatan NPWP - Pemantauan aplikasi *e*-SPT dan *e-Filling*	✓ ✓	
4.	Jum'at, 19 Juli 2013	- Melayani pembuatan NPWP	✓	
5.	Sabtu, 20 Juli 2103	- Libur		
6.	Minggu, 21 Juli 2013	- Libur		
7	Senin, 22 Juli 2013	- Melayani pembuatan NPWP - Mengupdate informasi di Mading	✓ ✓	
8.	Selasa, 23 Juli 2013	- Melayani pembuatan NPWP	✓	

9.	Rabu, 24 Juli 2013	- Membuat desain Brosur - Melayani pembuatan NPWP	 ✓	✓
10.	Kamis, 25 Juli 2013	- Pemantauan aplikasi *e*-SPT dan *e-Filling* - Melayani pembuatan NPWP	✓ ✓	
11.	Jum'at, 26 Juli 2013	- Melayani pembuatan NPWP	✓	
12.	Sabtu, 27 Juli 2013	- Libur		
13.	Minggu, 28 Juli 2013	- Libur		
14.	Senin, 29 Juli 2013	- Pemantauan aplikasi *e*-SPT dan *e-Filling* - Melayani pembuatan NPWP - Mengupdate informasi di Mading	✓ ✓ ✓	
15.	Selasa,, 30 Juli 2013	- Melayani pembuatan NPWP	✓	
16.	Rabu, 31 Juli 2013	- Melayani pembuatan NPWP	✓	
17.	Kamis, 1 Agustus 2013	- Melayani pembuatan NPWP - Pemantauan aplikasi *e*-SPT dan *e-Filling* - Memeriksa kotak saran	✓ ✓	 ✓
18.	Jum'at, 2 Agustus 2013	- Melayani pembuatan NPWP	✓	
19.	Sabtu, 3 Agustus 2103	- Libur		
20.	Minggu, 4 Agustus 2013	- Libur		
21.	5 - 11 Agustus 2013	Cuti Hari Raya I9dul Fitri		
22.	Senin, 12 Agustus 2013	- Pemantauan aplikasi *e*-SPT dan *e-Filling*, pelaksanaan - Melayani pembuatan	✓	

		NPWP - Mengupdate informasi di Mading	✓ ✓	
23.	Selasa, 13 Agustus 2013	- Melayani pembuatan NPWP	✓	
24.	Rabu, 14 Agustus 2013	- Melayani pembuatan NPWP	✓	
25	Kamis, 15 Agustus 2013	- Melayani pembuatan NPWP	✓	
26	Jumat, 16 Agustus 2013	- Pemantauan aplikasi *e-*SPT dan *e-Filling* - Melayani pembuatan NPWP	✓ ✓	

Sumber : Data Penulis Juli – Agustus 2013

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Selama pelaksanaan praktek kerja lapangan, pada kesempatan tersebut penulis melakukan berbagai kegiatan yang dibagi menjadi kegiatan rutin dan insidental antara lain :

2.2.1 Kegiatan Rutin

2.2.1.1 Pembuatan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Nomor Pokok Wajib Pajak biasa disingkat dengan NPWP adalah nomor yang diberikan kepada wajib pajak (NPWP) sebagai sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenal diri atau identitas wajib pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya.

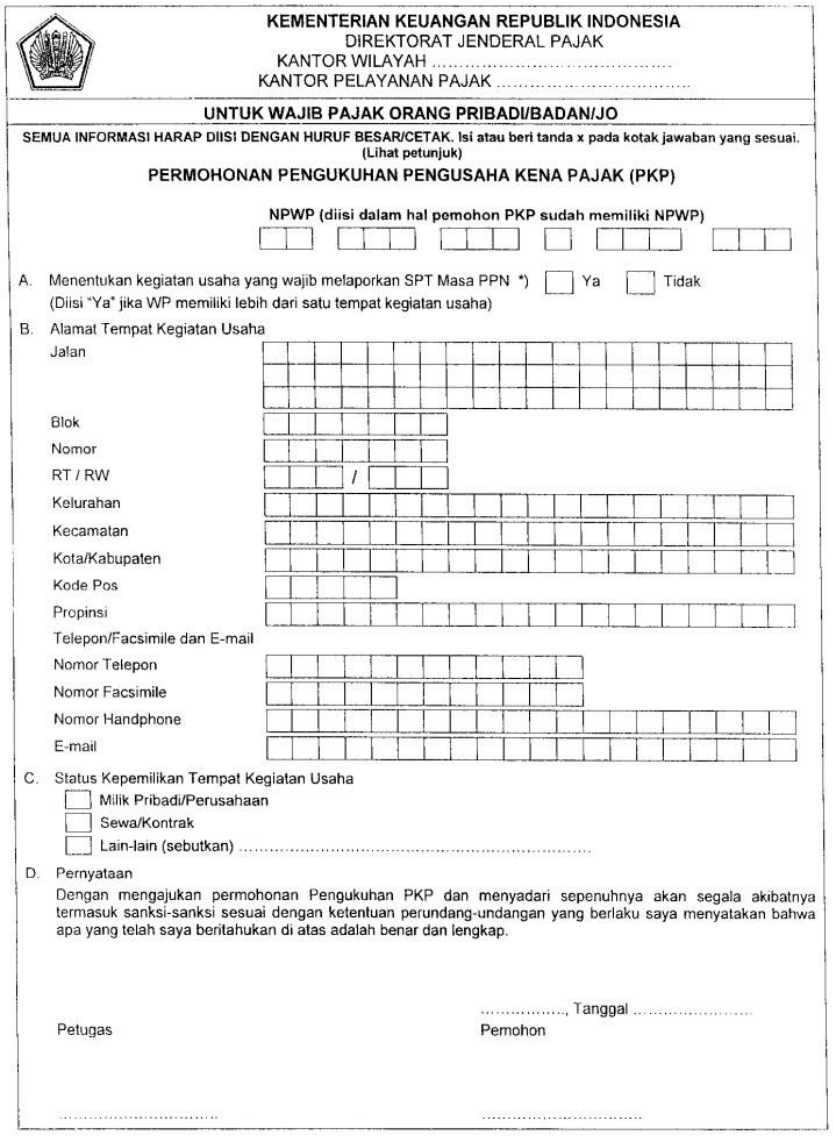
Pada dasarnya pembuatan NPWP bukan merupakan tugas seorang Humas. Namun di tempat penulis melakukan

praktek kerja lapangan tepatnya di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Cianjur, tidak memiliki divisi Humas. Adapun alasan penulis ditempatkan seksi pelayanan pembuatan NPWP karena, saat wajib pajak membuat NPWP disitulah terjadi interaksi langsung antara penulis dan wajib pajak. Serta salah satu peranan seksi pelayanan adalah melayani publik untuk mengurus segala urasan tentang pajak, dan Humas memiliki peranan yang sama adalah melayani publik untuk membina hubungan baik dengan publinya.

Adapun tahapan pembuatan NPWP diantaranya, sebagai berikut :

1. Wajib pajak akan diberi formulir pendaftaran NPWP untuk diisi sesuai dengan data KTP.

Gambar 2.1
Formulir Pembuatan NPWP



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
KANTOR WILAYAH .....
KANTOR PELAYANAN PAJAK .....

UNTUK WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI/BADAN/JO

SEMUA INFORMASI HARAP DIISI DENGAN HURUF BESAR/CETAK. Isi atau beri tanda x pada kotak jawaban yang sesuai. (Lihat petunjuk)

PERMOHONAN PENGUKUHAN PENGUSAHA KENA PAJAK (PKP)

NPWP (diisi dalam hal pemohon PKP sudah memiliki NPWP)

A. Menentukan kegiatan usaha yang wajib melaporkan SPT Masa PPN *) ☐ Ya ☐ Tidak
(Diisi "Ya" jika WP memiliki lebih dari satu tempat kegiatan usaha)

B. Alamat Tempat Kegiatan Usaha
Jalan
Blok
Nomor
RT / RW /
Kelurahan
Kecamatan
Kota/Kabupaten
Kode Pos
Propinsi
Telepon/Facsimile dan E-mail
Nomor Telepon
Nomor Facsimile
Nomor Handphone
E-mail

C. Status Kepemilikan Tempat Kegiatan Usaha
☐ Milik Pribadi/Perusahaan
☐ Sewa/Kontrak
☐ Lain-lain (sebutkan) .....

D. Pernyataan
Dengan mengajukan permohonan Pengukuhan PKP dan menyadari sepenuhnya akan segala akibatnya termasuk sanksi-sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku saya menyatakan bahwa apa yang telah saya beritahukan di atas adalah benar dan lengkap.

....., Tanggal .....

Petugas | Pemohon

Sumber : Arsip Dokumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur Juli 2013

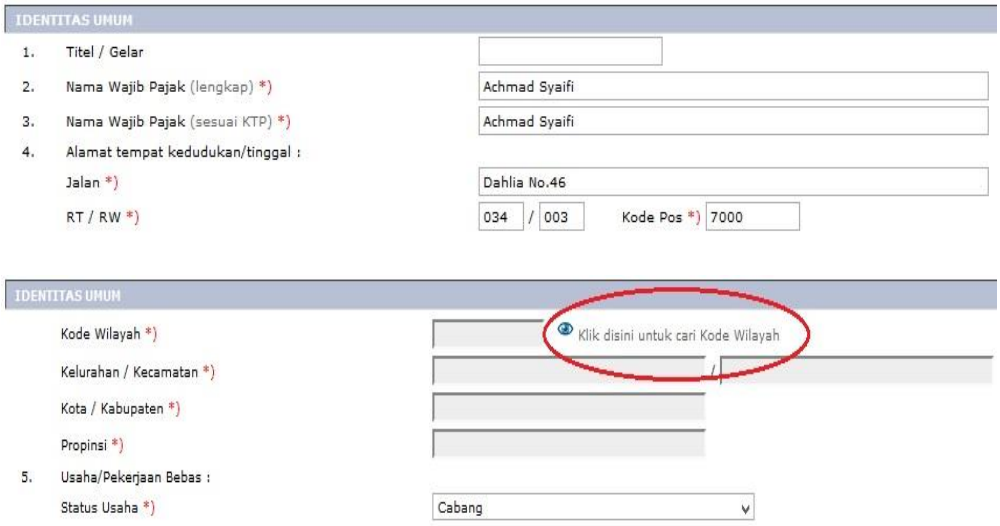
2. Membuka *icon* atau *shortcut* yang akan dipakai, seperti : SISMIOP, e-Registration, e-SPT, dan lain-lain.



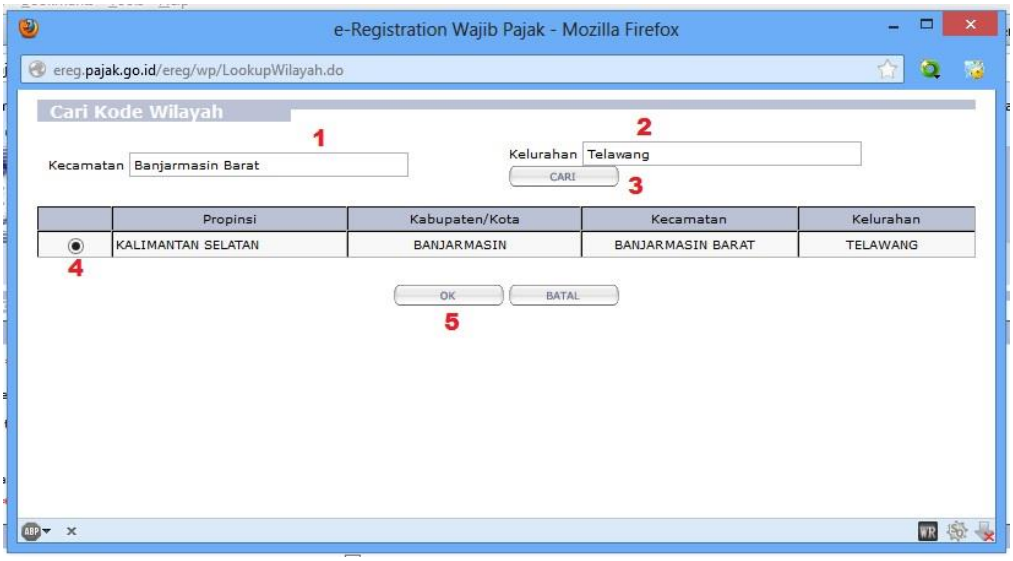
3. Masukan username dan password lalu klik Login.
4. Pilih jenis wajib pajak sesuai dengan isi jenis formulir (orang pribadi, badan, bendaharawan). Lalu klik “Lanjut”.



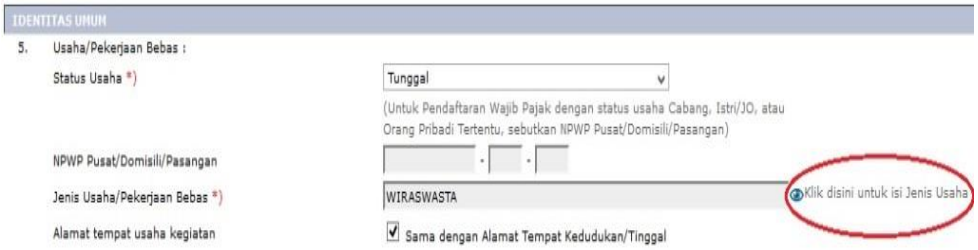
5. Selanjutnya masukan data identitas umum wajib pajak sesuai dengan formulir. untuk mengisi Kode Wilayah berdasarkan kelurahan & kecamatan tempat wajib pajak tinggal. Klik ikon **"mata"** untuk melakukan pencarian Kode Wilayah yang sesuai dengan tempat tinggal wajib pajak.



6. Halaman berikutnya (setelah klik pada ikon “mata”) Isi kecamatan dan kelurahan sesuai dengan KTP wajib pajak (nomer 1 & 2), klik cari (nomer 3), setelah pencarian ditemukan, pilih hasil yang sesuai (nomer 4) dan klik ok untuk menyimpan hasil pencarian (nomer 5).



7. Masih di bagian yang sama (scroll ke bawah), pilih Status Usaha sesuai formulir. Dan klik ikon “mata” untuk mengisi Jenis Usaha yang dimiliki wajib pajak. Setelah mengisi jenis usaha klik “OK”.





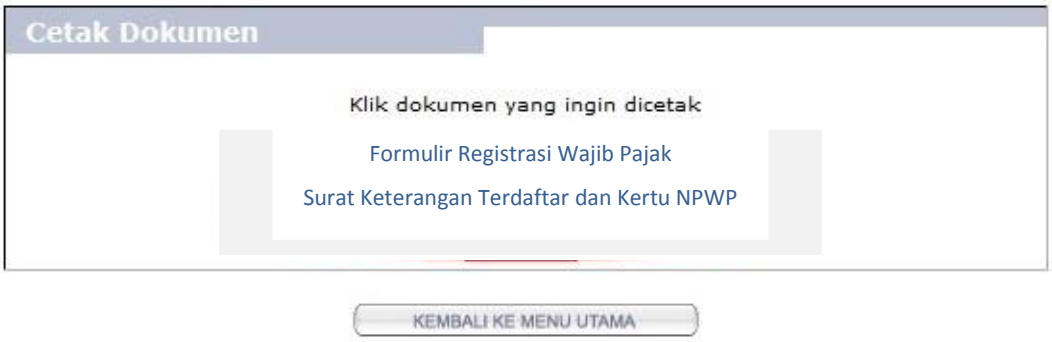
8. Pada bagian Korespondensi, cukup contreng pada kotak di lingkaran merah (sama dengan alamat tempat kedudukan/tinggal), Maka otomatis kotak kotak kosong di bawah akan terisi dengan alamat yang sama seperti di atas.



9. Masih di bagian Korespondensi, isi dan lengkapi no telpon dan e-mail sesuai dengan data formulir wajib pajak.



10. Setelah semua data terisi, lalu klik “daftar” lalu selanjutnya memasukan NIP (Nomor Induk Pegawai). Penulis menggunakan NIP pembingbing praktek kerja lapangan, agar dapat mencetak surat keterangan pendaftaran milik wajib pajak.



11. Setelah itu klik “Surat Keterangan Terdaftar dan Kartu NPWP”, lalu akan muncul tampilan baru setelah itu klik icon print/ tekan tombol ctrl+p. maka surat itu akan dicetak dan secara otomatis kartu NPWP pun akan dicetak.



Gambar 2.2

Kartu NPWP



Sumber : Arsip Dokumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur Juli 2013

2.2.1.2 Pemantauan Aplikasi *e*-SPT dan *e-Filing*

Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Cianjur memliki aplikasi untuk mempermudah wajib pajak dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pajak. diantaranya ada *e*-SPT, *e-Filing*, dan lain-lain. Adapun yang dimaksud dengan *e*-SPT adalah aplikasi yang dapat digunakan oleh wajib pajak untuk melakukan pengisian dan pelaporan SPT secara cepat, tepat dan akurat. Sedangkan *e-Filing* adalah suatu cara penyampaian SPT atau penyampaian Pemberitahuan Perpanjangan SPT Tahunan secara elektronik yang dilakukan secara on-line yang real time melalui website Direktorat Jenderal Pajak (www.pajak.go.id) atau Penyedia Jasa Aplikasi atau Application Service Provider (ASP).

Penulis tiap seminggu dua kali diberikan kesempatan untuk melakukan pemantauan *e*-SPT dan *e-Filing*. Dalam

pengerjaan tugas ini penulis memantau setiap rekaman data elemen SPT induk beserta lampirannya dari wajib pajak melalui *e*-SPT. Dan penulis pun memantau penyampaian SPT atau penyampaian Pemberitahuan Perpanjangan SPT Tahunan dari wajib pajak melalui *e-Filing.*

Gambar 2.3

Halaman Muka e-SPT



Sumber : Arsip Dokumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur Juli 2013

Gambar 2.4

Halaman Muka *e-Filing*



Sumber : Arsip Dokumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur Juli 2013

2.2.2 Kegiatan Insidental

2.2.2.1 Pengarahan PKL dan Pengenalan Anggota Staff Seksi Pengolahan Data dan Informasi

Kegiatan ini meliputi pengenalan terhadap seluruh staff yang berada di Seksi Pengolahan Data dan Informasi mulai dari kepala seksi, seluruh staff. Pengenalan tersebut berlanjut pada pengenalan dan penjelasan tugas serta fungsi Seksi Pengolahan Data dan Informasi Kantor Pelayanan (KPP) Pratama Cianjur. Pemaparan tugas ini meliputi berbagai program yang menjadi tugas pokok sehari – hari.

Penjelasan berlanjut pada tata tertib yang harus dipatuhi selama PKL berlangsung. Mulai dari jam masuk hingga jam keluar, dan tata tertib lainnya yang sifatnya

meningkatkan kedisiplinan mahasiswa guna mampu beradaptasi dengan iklim maupun juga budaya organisasi di Kantor Pelayanan (KPP) Pratama Cianjur.

2.2.2.2 Mendesain Brosur

Brosur adalah salah satu alat atau media yang menjelaskan/ mempresentasikan produk atapun usaha/ bisnis/ perusahaan/ instansi. Fungsi dari Brosur yaitu informatif (sebagai bahan informasi pada masyarakat luas tentang apa yang ditawarkan), iklan (sebagai alat promosi apa yang ditawarkan – jasa / produk), identitas (tampilan/ design brosur yang baik dan menarik merupakan cermin dari apa yang ditawarkan serta memperlihatkan kriteria dan konsep dari usaha/ bisnis/ perusahaan/ suatu instansi).

Saat melakukan praktek kerja lapangan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Cianjur, penulis diberi kesempatan untuk membuat dan mendesain brosur tentang *e-Filing*. Jika desain brosur yang penulis buat dinilai baik, maka akan disebarkan. Berikut desain brosur yang penulis buat.

Gambar 2.5

Desain Brosur tentang *e-Filing*



Sumber : Data Penulis Juli – Agustus 2013

2.3 Deskripsi *Public Relations*

2.3.1 Definisi *Public Relations*

Definisi Humas atau PR menurut Frank Jefkins dalam bukunya Public Relations adalah :

"PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian". (Jeffkins, 2003:10).

Sedangkan pengertian *Public Relations* menurut Onong Uchana Effendy "Humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi

dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama", (Rachmat Kriyantono, 2008:3).

Public Relations atau Humas menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun yang non-komersial. Sebenarnya, *Public Relations* terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami Public Relations, kecuali jika ia terisolasi dan tidak menjalin kontak dengan manusia lainnya.

Menurut definisi *Institute of Public Relations* (*IPR*), Humas (*Public Relations*) adalah :

> "keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya."

2.3.2 Ruang Lingkup *Public Relations*

Public Relations memiliki suatu lingkup yang luas dalam menghadapi permasalahan–permasalahan dalam suatu organisasi yang berhubungan dengan kegiatan organisasi, baik dalam publik internal maupun eksternal. Oleh karena itu *Public Relations* harus memiliki perencanaan terlebih dahulu, kemudian adanya program yang terstruktur.

Public Relations atau Humas memiliki bidang-bidang cakupan atau ruang lingkup sebagai berikut :

1. Hubungan dengan pelanggan *(Customer Relations).*
2. Hubungan dengan masyarakat atau penduduk *(Community Relations).*
3. Hubungan dengan pers atau media massa *(Press Relations).*
4. Hubungan dengan intansi-instansi pemerintah *(Government relations).*
5. Hubungan karyawan atau pegawai *(Employee Relations).*
6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait *(stakeholder Relations).*

Ruang lingkup *Public Relations* dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Hubungan dengan pelanggan *(Customer Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan seperti member informasi kepada pelanggan atau nasabah, menjelaskan prosedur, tata cara, waktu, menyampaikan pesan-pesan, laporan berkala (melalui brosur, jurnal, surat dan sebagainya), menyelenggarakan acara bersama pelanggan dan menciptakan suasana kenyamanan atau kemudahan bagi urusan para pelanggan dan melayani pelanggan atau tamu.

2. Hubungan dengan masyarakat atau penduduk *(Community Relations)*

Hal ini mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk atau masyarakat yang sekurang-kurangnya meliputi penduduk di sekitar lokasi pabrik atau perusahaan atau toko atau di sekitar kantor organisasi atau lembaga yang bersangkutan.

3. Hubungan dengan Pers atau media massa *(Press Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatanmembuat kliping (guntingan berita dari Koran, majalah, dan lain-lain) serta menganalisa pendapat umum (opni publik) atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu *(specific group opinion)*, menyampaikan informasidan pernyataan resmi melalui media massa, menyelenggarakan acara jumpa pers *(press conference)* atau menyusun dan mengedarkan keterangan pers *(press release)*, membina hubungan komunikasi dua arah dengan wartawan dan redaksi media massa (surat kabar, TV, radio, majalah, tabloid dan lain-lain).

4. Hubungan dengan instansi-instansi Pemerintah *(Government Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan pembinaan dan penyelenggaraan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi-instansi pemerintah (pemerintah daerah atau kabupaten atau kota, pihak kepolisian, dinas tenaga kerja dinas perindustrian, dinas pariwisata dan lembaga lainnya), upaya-upaya perolehan informasi actual dari berbagai instansi

pemerintah dan sebaliknya menyampaikan informasi kepada instansi terkait.

5. Hubungan dengan karyawan atau pegawai *(Employee Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan pembinaan hubungan ke dalam (pimpinan dengan karyawan dan sesame bawahan) yang memang terkesan tumpang tindih dengan fungsi dan tugas Bagian Kepegawaian (Personalia).Ada pula yang secara spesifik sebenarnya merupakan ruang lingkup Kehumasan, yaitu menyampaikan kebijakan organisasi atau perusahaan kepada karyawan untuk disampaikan kepada pimpinan.Dengan demikian, diharapkan tercipta suasana harmonis atau selaras dalam kegiatan organisasi atau perusahaan.

6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait *(Stakeholder Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan yang menunjang atau terus-menerus berhubungan dengan kegiatan organisasi atau perusahaan atau lembaga (seperti agen-agen, supplier, distributor) dan juga mencakup hubungan dengan para pemegang saham *(Stakeholder Relations)*. (Rudy, 2005 : 85-88).

2.3.3 Tujuan *Public Relations*

Karena *Public Relations* merupakan fungsi manajemen dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, maka pada dasarnya tujuan *Public Relations* adalah tujuan-tujuan komunikasi. Tujuan *Public Relations*, antara lain :

1. Menciptakan Pemahaman (*Mutual Understanding*) antara perusahaan dan publiknya.

   Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi (*well-informed*) antara perusahaan dan publiknya. Kecukupan informasi ini merupakan dasar untuk mencegah kesalahan persepsi. Kesalahpahaman akibat salah persepsi atau kekurangan informasi merupakan kesalahan mendasar dalam kegiatan komunikasi (*primery-breakdown of communication*).

2. Membangun Citra Korporat (*Corporate image*)

   Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya. Pada akhirnya persepsi akan mempengaruhi sikap publik, apakah mendukung, netral, atau memusuhi.

3. Citra Korporat Melalui Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

   Corporate social responsibility adalah program *Public Relations* untuk melibatkan diri mengatasi perseolan-persolan sosial di lingkungannya.

   Dengan kata lain, CSR adalah pengintegrasian kepedulian perusahaan, ada yang menyebut sebagai *Community Development* atau filantropi/keikhlasan berbagi) adalah investasi sosial perusahaan yang bersifat jangka panjang.Secara berangsur akan terbentuk citra positif terhadap kegiatan sosial yang dilakukan. Beberapa kegiatan bisa menjadi *trade mark* perusahaan yang berpengaruh dalam memperkuat merek produk.

4. Membentuk Opini Publik yang *Favorable*

   Sikap publik terhadap perusahaan bila diekspresikan disebut opini publik. Jadi, opini publik ini merupakan ekspresi publik mengenai persepsi dan sikapnya terhadap perusahaan. Citra perusahaan yang baik akan membuat keuntungan kompetetif bagi perusahaan.

5. Membentuk *Good Will* dan Kerjasama

   Good will dan kerja sama dapat terwujud karena inisiatif yang dilakukan berulang-ulang oleh *Public Relations* perusahaan untuk menanamkan saling pengertian dan kepercayaan kepada publiknya.

2.3.4 Fungsi dan Peranan *Public Relations*

a. Fungsi *Public Relations*

Adapun fungsi humas menurut Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations*: *Principles and Problems*, mengemukakan fungsi humas sebagai berikut:

1. *It should serve the public's interest* (mengabdi kepada kepentingan umum)
2. *Maintain good communication* (Memelihara komunikasi yang baik)
3. *Stress good morals and manners* (menitikberatkan moral dan perilaku yang baik)

Dari fungsi humas di atas menurut Bertrand R. Canfield dapat dirumuskan, sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik ekstern maupun intern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

b. Peranan *Public Relations*

Peran utama *Public Relations*pada intinya adalah sebagai berikut :

1. Sebagai *Communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina *Relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *Back Up* management yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
4. Membentuk *Corporate Image* artinya peranan *Public relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. (Effendi, 2008 : 9-11)

2.4 Analisa Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur adalah salah satu unit instansi vertical Departemen Keuangan yang berada dibawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat I. Tugas dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur adalah menyelenggarakan kegiatan operasional Direktorat Jenderal Pajak berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur memang tidak memiliki Divisi Humas, namun walaupun begitu tetap saja didalam pelaksanaan

kegiatan, tugas, dan fungsi masih ada yang sama dengan kegiatan, tugas, dan fungsi yang dilakukan oleh profesi Humas.

Dari seluruh kegiatan yang dilaksanakan selama praktek kerja lapangan, memang cukup sesuai dengan ilmu kehumasan yang diperoleh dari kegiatan perkuliahan mahasiswa PKL di kampus. Kegiatan penulis saat pelaksanaan praktek kerja lapangan yang sesuai dengan ilmu kehumasan adalah Media Humas.

Untuk melakukan suatu hubungan atau komunikasi yang baik, tentunya diperlukan suatu media dalam penyampaian pesan sehingga menimbulkan kesamaan makna yang akhirnya menciptakan *goodwill* satu sama lainnya. Maka dari itu tugas humas perusahaan/ instansi harus memilki ide bagaimana komunikasi dapat terjalin apakah melalui kegiatan-kegiatan internal ataupun melalui tulisan sebagai media atau alat komunikasi antara publik internal dengan perusahaan/ instansi maupun antara publik ekternal dengan perusahaan/ instansi. Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur mengaplikasikannya sebagai unsur pendukung perlengkapan teknis, yang digunakan adalah pengumuman lewat alat pengeras suara, media sosial, brosur, papan pengumuman atau mading, kotak saran, dan kunjungan berkala.

Ada yang unik selama penulis melaksanakan praktek kerja lapangan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur, setiap pagi sebelum memulai kegiatan diadakan do’a bersama yang dipinpin salah seorang lewat alat pengeras suara, selain itu alat pengeras suara digunakan pula untuk

memberikan informasi kepada seluruh karyawan misalnya tentang diadakannya rapat staff bagian keuangan, dan lain-lain.

Seiring dengan kemajuan teknologi, Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur menyediakan jenis layanan lewat media sosial. Media Sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog, social network* atau jejaring sosial, wiki, forum, dunia virtual dan lainnya. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet.

Kehebatan media sosial yang telah teruji secara nyata menjadikan para wajib paja lebih mudah mengurus apapun yang berkaitan dengan pajak. Adapun jenis layanan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur lewat media online, diantaranya :

a. *e-register*

Merupakan sistem pendaftaran wajib pajak secara online atau biasa disebut eregistration adalah sistem aplikasi sebagai bagian dari sistem informasi perpajakan di lingkungan kantor Direktorat Jenderal Pajak dengan berbasis perangkat keras dan perangkat lunak yang dihubungkan oleh perangkat komunikasi data yang digunakan untuk mengelola proses pendaftaran wajib pajak.

b. *e-filing*

e-filing adalah suatu cara penyampaian surat pemberitahuan yang dilakukan melalui system online dan real time pada satu atau beberapa perusahaan Penyedia Jasa Aplikasi (ASP) yang ditunjuk oleh Direktorat Jenderal Pajak.

c. *e*-SPT

Surat pemberitahuan elektronik atau biasa disebut e-SPT adalah aplikasi (*software*) yang dibuat oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk digunakan oleh wajib pajak untuk kemudahan dalam menyampaikan SPT.

Tentunya layanan tersebut bertujuan untuk mempermudah khusus wajib pajak dan umumnya masyarakat (public eksternal) untuk memperoleh informasi dan kegiatan yang berkaitan dengan pajak. Walaupun Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur tidak memiliki Humas, namun kegiatan *Cyber PR* (dalam ilmu kehumasan) dapat dilakukan dengan baik.

2.5 Analisa Pelayanan Instansi Terhadap Mahasiswa PKL

Pada saat mengajukan proposal Praktek Kerja Lapangan, penulis diterima dengan baik oleh pihak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur. Ketika penulis memasuki kawasan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur untuk menyerahkan proposal Praktek Kerja Lapangan, penulis harus lapor terlebih dahulu kepada bagian *security* untuk menyampaikan maksud dan tujuan datang kesana dan mengisi beberapa data sebelum akhirnya.

Awalnya penulis menyerahkan proposal pengajuan PKL kemudian penulis melakukan wawancara, penulis disambut hangat oleh Kepala Sub Bagian Kepegawaian Umum dan kemudian penulis diajukan beberapa pertanyaan. Setelah itu penulis diberitahukan bahwa penulis diterima untuk melaksanakan PKL dan diantar ke bagian Seksi Pengolahan Data dan Informasi.

Hari pertama melaksanakan Praktek Kerja, penulis disambut dengan hangat oleh Staf Seksi Pengolahan Data dan Informasi. Dalam melaksanakan kegiatannya, penulis diwajibkan untuk mengenakan pakaian rapi seperti, kemeja, dan celana bahan. Kegiatan – kegiatan yang dilakukan dimulai dari pukul 07.30 – 16.00 WIB. Pihak perusahaan memberikan waktu istirahat kepada mahasiswa yang sedang melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, disamakan dengan pegawai yang bekerja di sana, yaitu selama satu jam dari pukul 12.00 – 13.00 WIB.

Setiap harinya, penulis diarahkan oleh pembimbing untuk melakukan beberapa kegiatan yang berkaitan dengan Humas. Arahan yang disampaikan oleh pembimbing sangat jelas sehingga penulis cepat menerima dan mengerjakan tugas yang telah diberikan. Dan penulis pun diberikan kepercayaan untuk merangkap melakukan pekerjaan di Seksi Pelayanan bagian pembuatan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).

Selain itu juga, selama melaksanakan kegiatan – kegiatan, penulis diberi *note book* untuk menunjang kegiatan yang dilakukan. Penulis sangat dilibatkan dalam segala kegiatan – kegiatan yang berkaitan dengan ilmu

kehumasan yang diselenggarakan oleh pihak instansi. Hal ini menjadikan penulis menambah wawasan dalam keilmuan konsentrasi humas dan dapat mempraktekan teori – teori yang telah penulis dapat selama penulis kuliah. Selain itu, menambah pengalaman dengan dilibatkannya penulis pada berbagai kegiatan yang diselenggarakan.