DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN…..... i
LEMBAR PERNYATAAN…..... ii
ABSTRAK…..... iii
ABSTRACT…..... iv
KATA PENGANTAR…..... v
DAFTAR ISI…..... vi
DAFTAR TABEL…..... x
DAFTAR GAMBAR…..... xi
DAFTAR BAGAN…..... xii
DAFTAR FOTO…..... xiii
DAFTAR LAMPIRAN…..... xiv

BAB I PENDAHULUAN
1.1 LatarBelakangMasalah…..... 1
1.2 Rumusan Masalah…..... 10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian…..... 10
1.4 Kegunaan Penelitian…..... 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PROPOSISI
2.1 Tinjauan Pustaka…..... 13
2.1.1Komunikasi..... 13
2.1.2 Strategi Komunikasi..... 21
2.1.3 Pengertian Pajak Bumi dan Bangunan..... 28
2.1.4 Pengertian *Website*..... 28
2.2 Kerangka Pemikiran..... 29
2.3 Proposisi..... 33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian..... 34
3.2 Teknik Penentuan Informan..... 35
3.3 TeknikPengumpulanData..... 36
3.3.1 Studi Pustaka..... 36
3.3.2 Studi Lapangan..... 37
3.4 Uji Keabsahan Data..... 38
3.5 Teknik Analisa Data..... 39
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian..... 41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek penelitian..... 42
4.1.1 Sejarah Kota Bandung..... 42
4.1.1.1 Letak Geografis Kota Bandung..... 44
4.1.2 Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung..... 46
4.1.2.1 Sumber Daya Dinas Pelayanan Pajak..... 47
4.1.2.2 Visi Dan Misi Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung..... 50
4.1.2.3 Tugas, Fungsi Dan Struktur Organisasi Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung..... 52
4.1.2.4 Tujuan dan Sasaran Jangka Menengah Dinas Pelayanan Pajak..... 56
4.1.2.5 Sasaran Dinas Pelayanan Pajak..... 58
4.1.3 Gambaran Umum *Website* sipp.disyanjak.bandung.go.id.. 61
4.2 Strategi Komunikasi Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung Melalui *Website* sipp.disyanjak.bandung.go.id..... 68
4.2.1 Mengenali Sasaran Komunikasi Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung Melalui Website sipp.disyanjak.bandung.go.id..... 70

4.2.1.1 Faktor Kerangka Referensi Strategi Komunikasi Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung Melalui *Website* sipp.disyanjak.bandung.go.id..... 76

4.2.1.2 Faktor Situasi Dan Kondisi Strategi Komunikasi Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung Melalui *Website* sipp.disyanjak.bandung.go.id..... 80

4.2.2 Pemilihan Media Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung Melalui *Website* sipp.disyanjak.bandung.go.id..... 84

4.2.2.1 Komunikasi Secara Langsung Dinas Pelayanan Pajak kota Bandung..... 86

4.2.2.2 Media Tidak Langsung Dalam Strategi Komunikasi Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung Melalui *Website* sipp.disyanjak.bandung.go.id..... 89

4.2.3 Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi Melalui *Website* sipp.disyanjak.bandung.go.id..... 92

4.2.4 Peran Komunikator Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung Melalui *Website* sipp.disyanjak.bandung.go.id..... 95

4.2.4.1 Daya Tarik Strategi Komunikasi Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung Melalui *Website* sipp.disyanjak.bandung.go.id..... 97

4.2.4.2 Kredibilitas Sumber Strategi Komunikasi Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung Melalui*Website* sipp.disyanjak.bandung.go.id..... 100

`

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 103

5.2 Saran..... 105

DAFTAR PUSTAKA..... 106

LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 108