

MANAJEMEN REPUTASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK KANTOR WILAYAH DIREKTORAT JENDERAL PAJAK (DJP) JAWA BARAT III TERHADAP PENIPUAN DIGITAL



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Studi D-III Hubungan Masyarakat K. Batang
pada Badan Pengelola Kampus di Luar Kampus Utama (BPK2U)
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

Zahra Hafizha
NIM. 40011222066027

**D-III HUBUNGAN MASYARAKAT K. BATANG
PROGRAM STUDI DI LUAR KAMPUS UTAMA
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Zahra Hafizha
NIM : 40011222066027
Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat K. Batang
Judul Tugas Akhir : Manajemen Reputasi Dan Komunikasi Publik Kantor
Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III
Terhadap Penipuan Berbasis Digital

Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi D3 Hubungan Masyarakat K. Batang pada Badan Pengelola Kampus di Luar Kampus Utama (BPK2U) Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Disetujui Oleh:

Tanggal: 17 Juni 2025

Pembimbing



Nikolaus Ageng Prathama, S.I.Kom.,
M.I.Kom.
NPPU. H.7. 198710212021081001

Tanggal: 17 Juni 2025

Penguji



Rukti Rumekar., S.Hum., M.I.Kom.
NPPU. H.7. 199412012021082001

Disahkan Oleh:

Tanggal: 17 Juni 2025

Ketua Program Studi D3 Hubungan
Masyarakat K. Batang



Dr. Adi Nugroho, M.Si.
NIP. 196510171993111001

MOTTO

“Dalam setiap perjuangan, senyuman adalah jeda paling tenang yang menyembuhkan tanpa kata”

(Zahra Hafizha)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala Puji Bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “Manajemen Reputasi Dan Komunikasi Publik Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III Terhadap Penipuan Berbasis Digital” dengan baik dan lancar. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, serta bantuan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah dan ibu tersayang (Wiyono, Widodo, dan Iis Komalasari) yang selalu memberikan dukungan serta doa di setiap langkah hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan. Semoga kalian senantiasa diberikan kebahagiaan, kesehatan, keselamatan, dan umur panjang.
2. Bapak Dr. Adi Nugroho, M.Si., selaku Ketua Program Studi D-III Hubungan Masyarakat yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
3. Mas Nikolaus Ageng Prathama S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen wali serta dosen pembimbing yang selalu memberikan dukungan serta bimbingan dengan sabar hingga penulis menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Seluruh Dosen D-III Hubungan Masyarakat, Mas Mj Rizqon Hasani, S.Hum., M.I.Kom., Mba Rukti Rumekar, S.Hum., M.I.Kom., dan Mba Irawati Sri Wulandari, S.I.Kom., M.I.Kom., atas ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan selama perkuliahan.
5. Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III, khususnya Bidang Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat (P2 Humas) atas kesempatan dan bantuan yang telah diberikan selama proses pengumpulan data dan wawancara.
6. Adik penulis, Alike Adeva Orlin yang senantiasa menjadi sumber penghibur dan penyemangat bagi penulis. Terima kasih telah memberikan warna dalam kehidupan penulis.

7. Dita Widiyastuti, teman terbaik yang senantiasa hadir memberikan semangat, arahan, serta bantuan disaat penulis menghadapi kesulitan. Hal ini sangat berarti bagi penulis.
8. Teman-teman kost, Dea Rizqi Maharani, Nabila Salwa Ghina, Shinta Nurfatya, Zulfa Ramadhani yang selalu bersama saat ngekos, menjadi keluarga kedua di perantauan, suka dan duka kami lalui bersama, saling mendukung dan menguatkan satu sama lain. Kalian menjadi guru kehidupan bagi penulis sehingga penulis belajar banyak hal. Kebersamaan ini membantu penulis tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik dan menjadi kenangan indah yang tak terlupakan bagi penulis.
9. Seluruh teman-teman *Public Relations 22*, terima kasih atas kebersamaan dan solidaritas yang telah terjalin selama masa perkuliahan.
10. Diriku sendiri, Zahra Hafizha, terima kasih telah berjuang dan bertahan hingga saat ini. Setelah melewati semua ini, mari jalani hidup dengan bahagia dan ikhlas.
11. Kepada semua orang yang namanya tidak dapat disebut satu persatu. Mohon maaf. Namun, terima kasih atas segala kebaikan dan dukungan yang kalian berikan kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman, kekuatan dan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Manajemen Reputasi Dan Komunikasi Publik Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III Terhadap Penipuan Berbasis Digital”. Tugas Akhir ini merupakan syarat wajib bagi setiap mahasiswa agar dapat menyelesaikan Program Studi D-III Hubungan Masyarakat K. Batang Universitas Diponegoro Semarang.

Tugas Akhir ini membahas manajemen reputasi dan upaya komunikasi yang dilakukan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III menghadapi fenomena penipuan digital yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Melalui penulisan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran penting komunikasi publik yang adaptif serta pengelolaan reputasi yang tepat untuk menjaga kepercayaan publik di tengah tantangan era digital yang rentan akan penyebaran informasi palsu.

Selama proses penyusunan Tugas Akhir, penulis menyadari masih terdapat kekurangan baik dari segi isi maupun penyampaian. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Atas bantuan dan dorongan tersebut, penulis hanya bisa berdoa semoga amal baik yang telah diberikan kiranya dibalas oleh Allah SWT., dan penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pihak.

ABSTRAK

Fenomena penipuan digital yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah menyebabkan kerugian finansial dan menurunkan kepercayaan publik terhadap instansi perpajakan. Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III sebagai unit regional turut terdampak akibat maraknya modus penipuan melalui media digital seperti telepon, email, dan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen reputasi yang diterapkan oleh Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III dalam merespons kasus tersebut, serta mengevaluasi pengaruh langkah-langkah terhadap persepsi publik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap saluran komunikasi resmi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III. Teori yang digunakan yaitu *Attribution Theory*, yang menjelaskan bagaimana publik mengatribusikan penyebab penipuan, baik kepada faktor internal instansi maupun faktor eksternal seperti pelaku kejahatan digital. Analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan, reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III telah menjalankan strategi komunikasi publik sebagai bagian dari manajemen reputasi, antara lain melalui edukasi digital, klarifikasi informasi, serta pelibatan aktif dalam forum daring dan luring. Tantangan yang dihadapi mencakup rendahnya literasi digital masyarakat, cepatnya penyebaran hoaks, serta keterbatasan kewenangan hukum. Oleh karena itu, strategi manajemen reputasi perlu dikembangkan secara adaptif, responsif, dan partisipatif agar mampu menjawab perubahan komunikasi digital yang terus berkembang.

Kata Kunci: Manajemen Reputasi, Penipuan Digital, Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III, Komunikasi Publik, *Attribution Theory*

ABSTRACT

The phenomenon of digital fraud in the name of the Directorate General of Taxes (DJP) has caused financial losses and decreased public trust in tax agencies. The Regional Office of the Directorate General of Taxes (DJP) of West Java III as a regional work unit has also been affected in terms of reputation due to the rampant fraud modes through digital media such as telephone, email, and social media. This study aims to analyze the reputation management strategy implemented by the Regional Office of the Directorate General of Taxes (DJP) of West Java III in responding to the case, and to evaluate the influence of these steps on public perception.

This study uses a qualitative descriptive approach, with data collection techniques through in-depth interviews and observations of official agency communication channels. The theory used is Attribution Theory, which explains how the public associates the causes of fraud, both to internal factors of the agency and external factors such as digital criminals. Data analysis is carried out through the stages of collection, reduction, presentation, and drawing conclusions.

The results of the study show that the Regional Office of the Directorate General of Taxes (DJP) of West Java III has implemented a public communication strategy as part of reputation management, including through digital education, information clarification, and active involvement in online and offline forums. The challenges faced include low digital literacy among the public, the rampant spread of fake news (hoax), and limited legal authority. Therefore, it is necessary to develop an adaptive, responsive, and participatory reputation management strategy in order to be able to respond to changes in digital communication that continue to develop.

Keywords: *Reputation Management, Digital Fraud, Regional Office of the Directorate General of Taxes (DJP) of West Java III, Public Communication, Attribution Theory*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.4.3 Manfaat Sosial.....	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
1.6 Metode Penelitian	12
1.6.1 Tipe Penelitian.....	12
1.6.2 Subyek Penelitian.....	13
1.6.3 Jenis dan Sumber Data	13
1.6.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	155
1.6.5 Teknik Analisis Data	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PROFIL INSTANSI KANTOR WILAYAH DIREKTORAT JENDERAL PAJAK (DJP) JAWA BARAT III	18
2.1 <i>State Of The Art</i>	18

2.2 Kerangka Teori dan Konsep	28
2.2.1 <i>Attribution Theory</i>	28
2.2.2 Manajemen Reputasi	31
2.2.3 Komunikasi Publik	34
2.2.4 Media Digital	36
2.3 Operasionalisasi Konsep	38
2.4 Profil Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III	39
2.4.1 Visi dan Misi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III	40
2.4.2 Logo dan Makna Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III	41
2.4.3 Struktur Organisasi	42
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	44
3.1 Deteksi Awal dan Faktor Penyebab Penipuan Digital	44
3.2 Strategi Komunikasi dan Manajemen Reputasi yang Dilakukan	50
3.3 Atribusi Publik dan Tantangan Reputasi dalam Kasus Penipuan Digital	50
3.4 Evaluasi dan Tantangan Strategi Komunikasi Publik Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III	53
3.5 Upaya Pencegahan dan Tindak Lanjut	56
BAB IV PENUTUP	59
4.1 Simpulan	60
4.2 Keterbatasan Penelitian	61
4.3 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Video Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP).....	4
Gambar 1.2	Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP)	5
Gambar 1.3	Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Melalui X.....	6
Gambar 1.4	Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Melalui X.....	6
Gambar 1.5	Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Melalui X.....	7
Gambar 1.6	Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Melalui X.....	7
Gambar 2.1	Logo Direktorat Jenderal Pajak (DJP)	41
Gambar 2.2	Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Pajak (DJP)	43
Gambar 2.3	Struktur Organisasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III	43
Gambar 3.1	Konten Informatif Mengenai Ciri-Ciri Penipuan Digital	47
Gambar 3.2	Desain Grafis Edukatif.....	48
Gambar 3.3	Artikel Edukatif	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>State Of The Art</i>	18
---	----