

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Modus penipuan melalui media digital merupakan bentuk kejahatan yang memanfaatkan layanan internet atau perangkat lunak berbasis digital sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan secara tidak sah. Tindak kejahatan ini termasuk dalam kategori *cybercrime* karena melibatkan pemanfaatan teknologi informasi dalam pelaksanaannya. Penipuan *online* dapat diwujudkan melalui berbagai modus, seperti penggunaan identitas palsu, penyamaran melalui citra yang menyesatkan, atau penyebaran informasi yang tidak akurat guna mengecoh korban. Fenomena ini kerap terjadi melalui media sosial maupun platform digital lainnya, dengan dampak yang dapat merugikan korban secara finansial, psikologis, bahkan fisik (Mulyadi M, 2024).

Menurut Helm et al, reputasi merupakan cerminan dari perilaku instansi secara keseluruhan serta kualitas interaksi yang dibangun dengan para pemangku kepentingan dalam jangka waktu tertentu. Meskipun pengelolaan reputasi kerap kali menjadi tantangan tersendiri bagi suatu instansi, hal tersebut tetap dapat diatasi dengan pendekatan yang tepat. Dalam konteks ini, keahlian di Bidang *Public Relations* menjadi instrumen penting dalam proses membentuk, menjaga, maupun memulihkan reputasi instansi secara strategis (Thoifur Humam Hanif et al., 2023).

Seiring dengan itu, menurut Winarti, manajemen reputasi merupakan serangkaian strategi yang diterapkan instansi untuk membangun dan

meningkatkan reputasi positif, baik melalui kualitas produk maupun kinerja instansi. Strategi ini juga mencakup langkah-langkah untuk meredam persepsi negatif dan mendorong penyebaran informasi positif melalui media daring dan mesin pencari. Dengan demikian, manajemen reputasi melibatkan penentuan posisi, perumusan pesan, serta riset berkelanjutan yang bertujuan untuk menjaga, memulihkan, dan memperkuat nilai instansi, termasuk mengawal rekam jejak digital secara konsisten (Thoifur Humam Hanif et al., 2023).

Fenomena penipuan yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) masih kerap terjadi sampai saat ini dan tetap termasuk dalam deretan tantangan serius dalam menjaga kepercayaan publik terhadap instansi. Modus penipuan ini dijalankan melalui beragam media digital, antara lain telepon, WhatsApp, dan email. Tujuan utama modus penipuan ini untuk memperoleh data pribadi wajib pajak dengan mengarahkan korban melakukan pembayaran pajak ke rekening yang tidak resmi (Faris, 2024).

Berdasarkan [website resmi pajak.go.id](https://www.pajak.go.id/id/pengumuman/waspada-penipuan-mengatasnamakan-direktorat-jenderal-pajak) (<https://www.pajak.go.id/id/pengumuman/waspada-penipuan-mengatasnamakan-direktorat-jenderal-pajak>). Beberapa model penipuan yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) di antaranya adalah *phishing*, yakni tindakan manipulatif untuk mendapatkan informasi pribadi wajib pajak melalui pesan atau tautan palsu yang tampak seolah-olah berasal dari instansi resmi. Selain itu, *spoofing*, yaitu pemalsuan dokumen tagihan pajak yang dikirim melalui email dan dibuat seakan-akan berasal dari alamat resmi Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Tidak hanya itu, pelaku juga kerap membuka

rekrutmen palsu dengan meminta sejumlah uang sebagai syarat pendaftaran sebagai anggota staf instansi.

Berdasarkan informasi dari *website* resmi (<https://www.pajak.go.id/id/siaran-pers/penipuan-mengatasnamakan-pajak-waspadai-modus-ini>). Pelaku penipuan kerap menyamar sebagai pegawai atau pejabat Direktorat Jenderal Pajak (DJP), kemudian menghubungi wajib pajak untuk memberikan instruksi palsu terkait tagihan pajak, pembaruan data, dan mengarahkan korban untuk mengunduh aplikasi M-Pajak melalui tautan yang mencurigakan. Beragam modus tersebut tidak hanya menimbulkan kerugian finansial bagi publik, tetapi juga menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap instansi.

Salah satu kasus penipuan yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menimpa seorang pengusaha di sektor perdagangan dan peternakan asal Bali pada tanggal 20 Desember 2024. Korban menerima panggilan telepon dan pesan dari pihak yang mengaku sebagai petugas Direktorat Jenderal Pajak (DJP), kemudian mengarahkan korban untuk mengisi data pribadi serta melakukan transfer sejumlah Rp10.000 untuk pembelian materai. Tanpa disadari, pelaku berhasil mengambil alih akses *mobile banking* milik korban dan melakukan berbagai transaksi secara mandiri. Akibatnya, korban mengalami kerugian finansial sebesar Rp27.000.000 yang tersebar ke sejumlah rekening, termasuk rekening bank digital dan platform dompet digital. Berkat respons cepat, korban segera mengajukan pemblokiran melalui Bank BPD Bali dan melaporkan insiden ini kepada instansi yang berwenang.



Sumber: media sosial KPP Pratama Bengkulu Dua

(<https://x.com/pajakmdygresik/status/1911659879586226189>)

Gambar 1.1 Video Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

Kejadian serupa juga dialami oleh wajib pajak berinisial A. Korban mendatangi Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Unaaha pada tanggal 23 Oktober 2024 untuk mengonfirmasi kebenaran atas panggilan telepon mencurigakan yang diterimanya. Dalam panggilan tersebut, pihak penelepon mengaku sebagai pegawai Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dan menyampaikan permintaan pembaruan data wajib pajak. Awalnya, korban hampir mempercayai informasi tersebut. Namun, karena teringat akan pemberitaan di media mengenai modus penipuan serupa, korban memutuskan untuk tidak menindaklanjuti arahan tersebut dan memilih melakukan klarifikasi langsung ke kantor pajak.



Sumber: *website resmi pajak.go.id*

(<https://www.pajak.go.id/index.php/id/berita/jangan-percaya-tangkal-penipuan-dengan-konfirmasi>)

Gambar 1.2 Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

Selain itu, tidak sedikit publik yang mengalami kejadian serupa turut menyuarakan pengalaman mereka melalui Media Sosial X. Unggahan-unggahan resmi dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) kerap dipenuhi komentar dari publik yang mempertanyakan keaslian pesan atau panggilan yang mereka terima, sekaligus membagikan pengalaman pribadi terkait dugaan penipuan yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP).



Sumber: Media Sosial X

(<https://x.com/linsay1008/status/1912419882332733527>)

Gambar 1.3 Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Melalui X



Sumber: Media Sosial X

(<https://x.com/zkalvcrotz/status/1879779871330869652>)

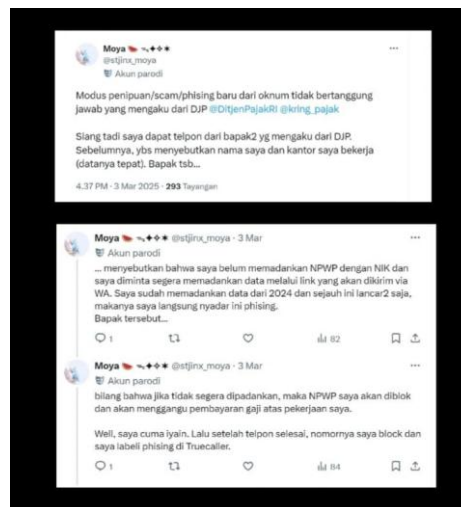
Gambar 1.4 Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Melalui X



Sumber: Media Sosial X

(<https://x.com/eganmarcelreno/status/1751891424709317099>)

Gambar 1.5 Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Melalui X



(https://x.com/stjinx_moya/status/1896495148051386369)

Gambar 1.6 Kesaksian Korban Penipu Mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Melalui X

Fenomena berulang ini mengindikasikan bahwa penipuan yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) tidak hanya menimbulkan kerugian bagi publik, tetapi juga merusak reputasi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) secara keseluruhan. Dampak tersebut turut memengaruhi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III sebagai representasi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) di tingkat regional.

Tekanan terhadap reputasi instansi semakin meningkat seiring tingginya intensitas pertanyaan, pengaduan, dan laporan yang disampaikan oleh publik melalui berbagai media digital, seperti media sosial dan layanan konsultasi daring. Berdasarkan data internal Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III, pada tahun 2024 tercatat 20 laporan konsultasi terkait penipuan melalui media sosial Instagram. Jumlah ini meningkat pada tahun 2025 dengan 8 konsultasi melalui WhatsApp dan 14 melalui media sosial Instagram. Lonjakan ini menunjukkan bahwa keresahan publik terhadap ancaman penipuan masih berlangsung dan bahkan cenderung meningkat. Situasi tersebut mengharuskan instansi untuk mengambil langkah strategis dalam mengelola reputasi secara responsif dan adaptif.

Berdasarkan *website* resmi (<https://www.pajak.go.id/id/tugas-dan-fungsi-0>). Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III berada di bawah naungan Kementerian Keuangan dan berperan secara strategis dalam merancang sekaligus mengimplementasikan berbagai kebijakan perpajakan nasional berdasarkan ketentuan undang-undang yang berlaku, Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III dalam melaksanakan tugasnya

bertanggung jawab menyusun pedoman, standar operasional, tata cara serta standar dalam bidang perpajakan, menyediakan bimbingan teknis serta pengawasan, melakukan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan terkait pelaksanaan kebijakan perpajakan. Fungsi-fungsi tersebut dijalankan untuk memastikan pengelolaan perpajakan yang efektif serta optimal demi meningkatkan kontribusi pendapatan negara yang bersumber dari pajak.

Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III merupakan unit vertikal dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang berperan penting dalam penerapan kebijakan perpajakan di Kota Bogor, Kota Depok, dan Kota Bekasi. Dengan cakupan wilayah yang padat penduduk dan aktivitas ekonominya tinggi, Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III bertanggung jawab atas penerimaan pajak, pembinaan wajib pajak, serta penegakan hukum perpajakan. Efektivitas kinerjanya sangat berpengaruh terhadap pencapaian penerimaan negara dan pemeliharaan reputasi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) di tingkat regional.

Namun, dalam pelaksanaannya, Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III menghadapi berbagai tantangan yang semakin kompleks, salah satunya adalah meningkatnya kasus penipuan yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Kondisi ini menjadi perhatian khusus bagi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III, yang menjadi garda terdepan dalam menjalin hubungan langsung dengan publik.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan media digital yang begitu pesat menimbulkan tantangan baru bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam menjaga reputasi dan kepercayaan publik, khususnya pada Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III, dihadapkan pada kasus penipuan digital yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Penipuan ini tidak hanya merugikan publik secara finansial, tetapi juga berpotensi menurunkan kepercayaan terhadap instansi perpajakan. Dalam konteks tersebut, reputasi instansi menjadi aset penting yang harus dijaga dan dikelola secara strategis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen reputasi yang diterapkan oleh Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III dalam menghadapi kasus penipuan digital yang terus berkembang. Penelitian ini juga berupaya menganalisis komunikasi publik apa saja yang digunakan untuk membangun dan menjaga reputasi instansi di tengah tantangan digital. Serta tantangan apa saja yang dihadapi dalam proses pelaksanaan strategi manajemen reputasi dan bagaimana pihak instansi mengantisipasinya secara adaptif dan responsif.

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis untuk strategi manajemen reputasi dan komunikasi publik Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III dalam menangani ancaman penipuan yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berbasis digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Dari sisi akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan Ilmu Hubungan Masyarakat, khususnya terkait manajemen reputasi dan komunikasi publik. Dengan menggunakan *Attribution Theory*, penelitian ini memberikan pemahaman tentang proses atribusi yang dapat dijadikan dasar studi lanjutan di bidang komunikasi publik dan reputasi instansi di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari sisi praktis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III dalam merancang strategi komunikasi yang lebih optimal, untuk membentuk persepsi publik secara tepat dan memperkuat upaya manajemen reputasi melalui peningkatan transparan, responsif, dan informatif.

1.4.3 Manfaat Sosial

Dari sisi sosial, hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan literasi publik mengenai bahaya penipuan digital, serta mendorong sikap bijak dan kritis dalam menanggapi informasi yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP), sehingga membangun hubungan yang selaras antara publik dan Direktorat Jenderal Pajak (DJP), khususnya Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar mempermudah penyusunan dan pembahasan. Penelitian ini dibagi menjadi IV Bab yang telah disesuaikan dengan pedoman tugas akhir D-III Hubungan Masyarakat Universitas Diponegoro Badan Pengelola Kampus di Luar Kampus Utama (BPK2U) Kampus Batang.

Pada Bab I pendahuluan, mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, dan metode penelitian.

Selanjutnya, Bab II tinjauan pustaka atau profil instansi, menguraikan landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian. Bagian ini juga menjabarkan sejarah singkat instansi, visi dan misi, tujuan, struktur organisasi, serta tugas organisasi.

Kemudian Bab III pembahasan, terdiri dari deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

Terakhir, Bab IV penutup, berisikan simpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran. Setelah seluruh bagian selesai, terdapat bagian akhir yang berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang mendukung penelitian serta penulisan Tugas Akhir.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan pendapat Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk

deskripsi tertulis atau ucapan dari individu serta perilaku yang diamati. Dalam penelitian kualitatif, penulis berperan sebagai instrumen utama, sehingga diperlukan pemahaman teori serta wawasan yang luas agar mampu mengajukan pertanyaan, menganalisis, dan menginterpretasikan objek penelitian dengan lebih mendalam (Murdiyanto, 2020).

Pada penelitian ini, penulis tidak berupaya mengubah atau memanipulasi variabel. Penelitian ini memiliki ciri khas tersendiri yang membedakannya dari penelitian kuantitatif. Menurut I Made Winartha, penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk melakukan analisis, penyajian gambaran, dan merangkum kondisi dan situasi yang beragam berdasarkan informasi yang diperoleh dari wawancara serta observasi langsung terhadap permasalahan di lapangan (Refi Maulana Yusuf & Dadi Ahmadi, 2022).

1.6.2 Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah Muhammad Rangga Naufa selaku pegawai Bidang Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat (P2 Humas) Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III.

1.6.3 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung yang berkaitan dengan permasalahan penelitian menggunakan wawancara dan observasi. Narasumber menjadi sumber utama data primer untuk menyampaikan informasi melalui ucapan dan tindakan. Data ini

dikumpulkan langsung di lapangan oleh penulis. Oleh sebab itu, data primer juga dikenal sebagai data asli atau data baru (Edrisy & Rozi, 2021). Penulis memperoleh data primer melalui wawancara langsung dengan pegawai Bidang Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat (P2 Humas), serta observasi media sosial resmi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III.

b. Data Sekunder

Menurut Moleong, data sekunder merupakan data pelengkap yang berfungsi mendukung penelitian dan diperoleh dari berbagai sumber seperti dokumen dan lain sebagainya (Edrisy & Rozi, 2021). Data sekunder yang digunakan penulis untuk informasi tambahan antara lain dokumen, jurnal, *website* resmi pajak.go.id yang relevan sebagai bahan informasi bagi penulis.

1.6.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan narasumber untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan relevan terkait penelitian. Proses ini juga memungkinkan penulis untuk menggali pemahaman dan perspektif dari narasumber. Sehingga data yang didapatkan dapat menambah analisis dan mendukung kesimpulan yang dihasilkan. Penulis melakukan wawancara dengan pegawai Bidang Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat (P2 Humas) Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian, termasuk perilaku, aktivitas, serta kondisi lingkungan, untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan. Penulis melakukan observasi melalui media sosial resmi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Barat III, yaitu Instagram, X, Facebook, serta *website* resmi pajak.go.id.

1.6.5 Teknik Analisis Data

Pada penelitian yang dilakukan, menurut Miles dan Huberman (Zulfirman, 2022) analisis data terbagi menjadi empat komponen utama, yaitu:

1. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, data dikumpulkan sebagai bahan informasi utama yang membantu penulis membangun pemahaman awal terhadap fenomena yang sedang diteliti. Data tersebut berasal dari wawancara dan kajian pustaka, lalu disusun dalam bentuk narasi yang terstruktur berdasarkan temuan-temuan yang telah diseleksi, sehingga memudahkan proses analisis dan pemahaman terhadap fenomena yang diteliti.

2. Reduksi Data

Pada tahap kedua, melibatkan pengolahan data melalui proses pemilihan, penyaringan, dan penekanan pada informasi yang relevan dengan penelitian. Proses ini mencakup pembuangan data yang kurang relevan serta pengorganisasian informasi ke dalam kategori-kategori tertentu untuk memperkuat arah analisis yang lebih mendalam dan terstruktur.

3. Penyajian Data

Tahap selanjutnya, proses pengorganisasian informasi yang memungkinkan penulis untuk membuat kesimpulan dalam penelitian deskriptif kualitatif. Data dapat disajikan dalam berbagai

bentuk, seperti ringkasan, diagram, atau format serupa, yang mempermudah pemahaman penulis terhadap permasalahan yang diteliti.

4. Penarik Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap terakhir, Kesimpulan disusun berdasarkan data yang telah dianalisis dan diverifikasi dengan bukti yang terkumpul selama penelitian. Pada tahap ini, penulis menarik kesimpulan yang didasari oleh data yang telah disusun secara sistematis.