



STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KABUPATEN BANGLI DALAM PEMUNGUTAN PAJAK HOTEL DAN RESTORAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH

Sang Nyoman Sedana Arta^a

I Gusti Ngurah Sudiana^b

I Wayan Wiwin^{c, 1}

^{a b c} Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

¹ Corresponding Author, email: wiwinkayoan@gmail.com (Wiwin)

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received: 17-07-2026

Revised: 18-08-2026

Accepted: 29-09-2026

Published: 30-09-2026

Keywords:

communication strategy;
communication barriers; Hotel and Restaurant Tax; taxpayer compliance; Original Regional Revenue.

Original Regional Revenue (PAD) is an important fiscal instrument for local governments to support public administration and development financing. In Bangli Regency, Hotel and Restaurant Tax (PHR) represents one of the revenue sources closely connected with tourism-sector activities. Although PHR receipts have shown an increasing trend, collection remains affected by communication problems between the local government and taxpayers. This study aims to identify communication barriers in PHR collection and examine the communication strategies employed by the Bangli Regency Government to strengthen taxpayer compliance. A qualitative approach with a constructivist paradigm was applied. Data were gathered through observation, in-depth interviews, and documentation, and were analyzed interpretively through data collection, reduction, presentation, and conclusion drawing. The discussion draws on development communication and persuasion theory. The findings indicate three major problems: limited taxpayer understanding of self-assessment tax calculation, incomplete tax-object and taxpayer data, and insufficient taxpayer awareness in reporting business conditions and remitting taxes on time. The proposed communication strategy consists of intensive education and counseling, clear and accessible information materials, proactive communication, digital technology utilization, direct consultation, transparency and accountability, service improvement, and incentives for compliant taxpayers. An integrated communication strategy is expected to strengthen taxpayer compliance and contribute to the optimization of Bangli Regency's Original Regional Revenue.

PENDAHULUAN

Kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai pembangunan sangat dipengaruhi oleh kapasitasnya menghimpun Pendapatan Asli Daerah (PAD). PAD tidak hanya berfungsi sebagai sumber penerimaan, tetapi juga mencerminkan kemampuan daerah mengelola potensi ekonomi yang berada dalam wilayah kewenangannya. Di Kabupaten Bangli, aktivitas pariwisata menjadi salah satu bidang yang memiliki keterkaitan kuat

dengan penerimaan daerah, termasuk melalui Pajak Hotel dan Restoran (PHR). Namun, potensi tersebut belum otomatis menghasilkan penerimaan yang optimal karena proses pemungutan pajak dipengaruhi oleh kepatuhan wajib pajak dan efektivitas hubungan komunikasi antara pemerintah dengan pelaku usaha.

Pajak hotel dan restoran pada dasarnya memiliki karakteristik sebagai pajak yang

dipungut oleh pelaku usaha dari konsumen atas pelayanan yang diberikan, kemudian disetorkan kepada pemerintah daerah. Dengan demikian, wajib pajak bukan sekadar pihak yang menerima kewajiban administratif, tetapi juga menjadi aktor penting dalam rantai pemungutan pajak. Berdasarkan UU Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagaimana menjadi rujukan dalam naskah sumber, wajib pajak mempunyai hak memungut pajak atas pelayanan kepada konsumen serta berkewajiban melaporkan dan menyetorkannya kepada pemerintah daerah.

Penerapan self-assessment menempatkan pengetahuan dan kesadaran wajib pajak sebagai unsur penting dalam menentukan kepatuhan. Wajib pajak dituntut mampu menghitung, melaporkan, dan membayar kewajiban perpajakannya secara mandiri. Ketika pemahaman terhadap mekanisme tersebut rendah, ruang terjadinya kesalahan administrasi maupun ketidakpatuhan menjadi lebih besar. Fuadi (2013) menegaskan bahwa ketidakpatuhan dapat berkembang menjadi penghindaran, pengelakan, atau kelalaian pajak yang pada akhirnya mengurangi penerimaan negara.

Kepatuhan pajak dapat dipahami melalui beberapa dimensi, antara lain ketepatan dalam melaporkan, menyimpan atau mencatat informasi perpajakan, dan membayar pajak. Dalam perspektif Lederman (2003), kepatuhan juga berkaitan dengan penerimaan pajak sebagai suatu norma yang perlu dijalankan oleh wajib pajak. Oleh karena itu, peningkatan kepatuhan tidak cukup dilakukan melalui pendekatan administratif atau pengawasan semata, tetapi juga membutuhkan komunikasi yang mampu membangun pemahaman, kepercayaan, dan kesediaan untuk memenuhi kewajiban.

Strategi komunikasi pemerintah daerah menjadi penting karena kualitas pesan, media, pola interaksi, serta respons terhadap kebutuhan wajib pajak dapat memengaruhi pemahaman dan perilaku mereka. Informasi yang tidak jelas, prosedur yang dipersepsikan rumit, atau minimnya ruang konsultasi dapat menciptakan jarak komunikasi. Sebaliknya, komunikasi yang terbuka, proaktif, dan mudah diakses berpotensi meningkatkan kesadaran serta kepatuhan.

Atas dasar persoalan tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat komunikasi antara Pemerintah Kabupaten Bangli dan wajib pajak dalam pemungutan PHR. Selain itu, penelitian

menganalisis strategi komunikasi yang dapat digunakan pemerintah daerah untuk mendorong kepatuhan pembayaran PHR sehingga kontribusinya terhadap peningkatan PAD dapat dioptimalkan.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi komunikasi dapat dipandang sebagai rancangan sistematis mengenai bagaimana komunikator menentukan sasaran, menyusun pesan, memilih saluran, menjangkau khalayak, serta mengarahkan efek komunikasi agar tujuan yang ditetapkan dapat tercapai. Mudjiono (2007) menempatkan strategi komunikasi sebagai aktivitas komunikator dalam menentukan pesan, media, sasaran, dan efek yang hendak diwujudkan. Sejalan dengan itu, Effendy (2000) memandang strategi sebagai rencana untuk mencapai tujuan tertentu, termasuk tujuan komunikasi.

Dalam organisasi pemerintahan, strategi komunikasi perlu mempertimbangkan dua ranah. Pada tingkat makro, organisasi diposisikan sebagai suatu kesatuan yang berinteraksi dengan lingkungan eksternal. Pada tingkat mikro, perhatian diarahkan pada komunikasi di antara anggota, unit, dan subunit organisasi, termasuk komunikasi untuk orientasi, pengarahan, pembinaan, serta pemeliharaan iklim kerja (Firdaus, 2008). Perspektif ini relevan untuk melihat bagaimana pemerintah daerah membangun komunikasi internal sekaligus komunikasi eksternal dengan wajib pajak.

Pendapatan Asli Daerah

PAD merupakan penerimaan yang bersumber dari potensi ekonomi daerah dan dipungut berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan serta peraturan daerah. Halim (2004) menjelaskan PAD sebagai penerimaan yang bersumber dari ekonomi asli daerah. Dalam konteks pengelolaan keuangan daerah, PAD menjadi salah satu indikator penting kapasitas pemerintah daerah dalam mengoptimalkan sumber-sumber pendapatan yang berada dalam kewenangannya. Karena itu, peningkatan PAD memerlukan pengelolaan potensi pajak, investasi, dan sumber daya daerah secara efektif dan sesuai ketentuan (Isdijoso, 2002; Nasution, 2003).

Teori Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan memberikan kerangka untuk memahami komunikasi sebagai bagian dari proses perubahan sosial, ekonomi,

dan kelembagaan. Komunikasi tidak ditempatkan semata-mata sebagai kegiatan penyampaian informasi, tetapi sebagai sarana membangun partisipasi, memperluas akses terhadap pengetahuan, dan memperkuat kapasitas masyarakat. Dalam konteks perpajakan daerah, perspektif ini membantu menjelaskan pentingnya komunikasi pemerintah dalam membangun pemahaman dan keterlibatan wajib pajak dalam mendukung pembiayaan pembangunan.

Teori Persuasi

Teori persuasi menempatkan proses komunikasi sebagai upaya memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku penerima pesan. Dalam pengelolaan PHR, pendekatan persuasif dapat digunakan untuk menyampaikan alasan pentingnya kepatuhan, manfaat pajak bagi pembangunan, konsekuensi ketidakpatuhan, serta kemudahan prosedur yang tersedia. Dengan pendekatan tersebut, komunikasi pemerintah tidak berhenti pada pemberian instruksi, tetapi diarahkan untuk mendorong perubahan sikap dan perilaku wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Pendekatan tersebut digunakan karena penelitian berupaya memahami realitas komunikasi sebagaimana dikonstruksi melalui interaksi sosial antara pemerintah daerah dan wajib pajak dalam lingkungan alamiah. Dalam paradigma konstruktivistik, realitas dipahami sebagai hasil konstruksi yang dipengaruhi latar belakang serta pengalaman para aktor sosial (Pujileksono, 2015).

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Bangli. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa penerimaan daerah dari PHR masih dinilai belum optimal dan masih ditemukan wajib pajak yang belum memenuhi kewajibannya sesuai ketentuan. Kondisi tersebut menjadikan Bangli relevan sebagai lokasi untuk mengkaji hubungan antara komunikasi pemerintah, kepatuhan wajib pajak, dan upaya peningkatan PAD.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan dipilih secara purposive sesuai dengan kebutuhan informasi penelitian. Data dianalisis secara kualitatif interpretatif melalui empat tahapan utama, yakni pengumpulan data, reduksi atau penyederhanaan data, penyajian data secara

sistematis, dan penarikan simpulan. Proses analisis diarahkan untuk menemukan pola hambatan komunikasi serta strategi yang digunakan pemerintah daerah dalam meningkatkan kepatuhan PHR.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah, Pemerintah Kabupaten Bangli menggunakan Peraturan Daerah Kabupaten Bangli Nomor 5 Tahun 2023 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagai salah satu dasar pengaturan. Pajak daerah dan retribusi daerah memiliki posisi strategis sebagai sumber penerimaan untuk mendukung penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, dan akuntabilitas serta potensi daerah.

Hambatan Komunikasi dalam Pemungutan Pajak Hotel dan Restoran

Hubungan komunikasi antara pemerintah daerah dan wajib pajak tidak selalu berlangsung secara efektif. Salah satu persoalan yang ditemukan berkaitan dengan kebutuhan wajib pajak terhadap informasi yang transparan mengenai kebijakan, tata cara pelaporan, serta pemanfaatan penerimaan pajak. Informasi yang kurang jelas atau sulit diakses dapat menyebabkan wajib pajak tidak memahami secara utuh apa yang harus dilakukan, kapan kewajiban harus dipenuhi, dan bagaimana prosedurnya.

Kompleksitas sistem perpajakan juga berpotensi menjadi hambatan. Ketika persyaratan dan mekanisme penghitungan dianggap rumit, wajib pajak yang memiliki keterbatasan pengetahuan atau tidak memperoleh pendampingan memadai dapat mengalami kesulitan. Karena itu, komunikasi perpajakan perlu menggunakan bahasa yang sederhana, contoh yang konkret, serta saluran konsultasi yang mudah dijangkau.

Pemerintah Kabupaten Bangli bersama perangkat daerah terkait telah melakukan berbagai upaya untuk mendorong kepatuhan. Namun, berdasarkan hasil penelitian, belum seluruh wajib pajak PHR secara konsisten melaporkan dan menyetorkan kewajibannya. Situasi tersebut menunjukkan perlunya pola komunikasi yang lebih intensif, berkelanjutan, dan adaptif terhadap karakteristik wajib pajak.

Data BKPAD Kabupaten Bangli menunjukkan perkembangan penerimaan PHR pada periode

2021–2023. Penerimaan Pajak Hotel tercatat sebesar Rp18.349.311 pada 2021, meningkat menjadi Rp1.765.288.243 pada 2022 dan Rp1.915.909.588 pada 2023. Sementara itu,

Pajak Restoran meningkat dari Rp1.110.576.560 pada 2021 menjadi Rp5.654.717.702 pada 2022 dan Rp12.072.467.337 pada 2023 (BKPAD Kabupaten Bangli, 2024).

Tabel 1 Realisasi Pajak Hotel dan Restoran di Kabupaten Bangli Tahun 2021-2023

Jenis Pajak	2021	2022	2023
Pajak Hotel	Rp18.349.311	Rp1.765.288.243	Rp1.915.909.588
Pajak Restoran	Rp1.110.576.560	Rp5.654.717.702	Rp12.072.467.337

Sumber: BKPAD Kabupaten Bangli (2024).

Kenaikan penerimaan tersebut menunjukkan adanya pertumbuhan penerimaan PHR, tetapi menurut naskah sumber, capaian tersebut belum sepenuhnya sebanding dengan potensi usaha yang ada. Pada 2023 terdapat 222 usaha akomodasi dan 70 usaha restoran atau rumah makan, sedangkan jumlah kunjungan wisatawan asing dan domestik ke Kabupaten Bangli mencapai sekitar 1,7 juta orang (Disparbud Kabupaten Bangli, 2024). Data tersebut memperlihatkan adanya ruang penguatan pengelolaan potensi pajak melalui pendataan, pengawasan, dan komunikasi yang lebih efektif.

Dalam perspektif Wursanto (2005), hambatan komunikasi dapat dikelompokkan menjadi hambatan teknis, semantik, dan perilaku. Hambatan teknis berkaitan dengan keterbatasan sarana-prasarana, ketidaksesuaian metode komunikasi, serta kondisi fisik atau situasional yang mengganggu proses penyampaian pesan. Hambatan semantik muncul ketika terdapat perbedaan penafsiran terhadap istilah, bahasa, kode, atau pesan. Sementara itu, hambatan perilaku berhubungan dengan sikap komunikator maupun komunikan, seperti prasangka, sikap apriori, kecenderungan otoriter, resistensi terhadap perubahan, dan sikap egosentris.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa hambatan komunikasi yang secara langsung berkaitan dengan pemungutan PHR dapat diringkas menjadi tiga persoalan. Pertama, sebagian masyarakat atau wajib pajak belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai mekanisme penghitungan pajak melalui self-assessment. Kedua, basis data objek dan subjek pajak belum sepenuhnya lengkap sehingga terdapat potensi objek pajak yang belum teridentifikasi atau belum tertangani secara optimal. Ketiga, kesadaran sebagian wajib pajak masih rendah, baik dalam menyampaikan data

objek pajak dan laporan keuangan riil usaha maupun dalam menyetorkan pajak sesuai batas waktu.

Selain persoalan komunikasi langsung, BKPAD menghadapi kendala kelembagaan. Kesadaran sebagian wajib pajak untuk membayar tepat waktu masih rendah. Ketersediaan sumber daya manusia yang melakukan pemeriksaan juga terbatas sehingga penggalan informasi mengenai kondisi keuangan riil wajib pajak belum dapat dilakukan secara optimal; penelitian bahkan mencatat adanya temuan pembukuan ganda. Pengawasan terhadap seluruh wajib pajak masih terbatas, demikian pula sarana dan prasarana pendukung. Keterbatasan personel di lapangan juga menyulitkan pemungutan dan penggalan potensi penerimaan, terutama pada wilayah pinggiran atau terpencil.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa persoalan PHR tidak semata-mata dapat diselesaikan dengan penambahan intensitas penagihan. Pemerintah perlu membangun ekosistem komunikasi yang menggabungkan fungsi edukasi, pelayanan, pengawasan, dan persuasi. Dengan demikian, wajib pajak memperoleh informasi yang dibutuhkan sekaligus memiliki ruang untuk berkonsultasi dan memperoleh klarifikasi.

Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bangli

Strategi komunikasi dalam pemungutan PHR perlu ditempatkan sebagai proses terencana untuk membangun pemahaman dan kepatuhan. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat delapan strategi utama yang dapat dikembangkan.

Pertama, memperkuat edukasi dan penyuluhan secara intensif. Sosialisasi tidak cukup dilakukan secara insidental, tetapi perlu dijadwalkan secara berkala melalui pertemuan, diskusi kelompok terarah, kunjungan lapangan,

dan bentuk pendampingan lain. Materi harus menjelaskan dasar aturan, mekanisme penghitungan, prosedur pelaporan, batas waktu pembayaran, serta manfaat kepatuhan bagi pembangunan daerah.

Kedua, menyediakan panduan dan materi informasi yang sederhana serta konsisten. Pemerintah perlu menyusun petunjuk penghitungan, contoh kasus, jadwal pembayaran, dan informasi perubahan kebijakan dengan bahasa yang mudah dipahami. Materi tersebut sebaiknya tersedia melalui saluran luring dan daring agar dapat digunakan sesuai kebutuhan wajib pajak.

Ketiga, mengembangkan komunikasi proaktif. Pemerintah tidak hanya menunggu wajib pajak mencari informasi, tetapi perlu mengirimkan pengingat mengenai jadwal pembayaran, perubahan aturan, dan kewajiban pelaporan. Surat, surat elektronik, pesan singkat, atau saluran komunikasi digital dapat digunakan secara terukur agar informasi diterima sebelum jatuh tempo.

Keempat, memperluas pemanfaatan teknologi digital. Digitalisasi dapat meningkatkan kemudahan akses informasi, pelaporan, dan pembayaran. Platform daring atau aplikasi yang sederhana dapat mengurangi hambatan administratif sekaligus membantu pemerintah membangun basis data yang lebih tertata.

Kelima, menyediakan dukungan dan konsultasi langsung. Wajib pajak membutuhkan ruang untuk menyampaikan pertanyaan dan menyelesaikan persoalan yang tidak dapat dijawab hanya melalui panduan tertulis. Layanan konsultasi melalui tatap muka, telepon, surat elektronik, maupun pesan langsung dapat memperpendek jarak komunikasi.

Keenam, memperkuat transparansi dan akuntabilitas. Kepercayaan wajib pajak dapat tumbuh ketika informasi mengenai pengelolaan penerimaan daerah disampaikan secara terbuka. Transparansi tidak hanya terkait jumlah penerimaan, tetapi juga penjelasan mengenai pengelolaan keuangan dan manfaat pajak bagi masyarakat. Komunikasi semacam ini dapat memperkuat legitimasi kebijakan perpajakan.

Ketujuh, meningkatkan kualitas layanan. Respons pemerintah terhadap pertanyaan, pengaduan, dan kebutuhan wajib pajak perlu cepat, tepat, dan konsisten. Pelayanan yang responsif dapat membentuk pengalaman positif sehingga kewajiban pajak tidak semata dipersepsikan sebagai beban, tetapi sebagai bagian dari hubungan pelayanan publik.

Kedelapan, memberikan insentif bagi wajib pajak yang patuh. Insentif dapat dipertimbangkan sebagai stimulus bagi pelaku usaha yang membayar tepat waktu dan memenuhi ketentuan. Bentuk serta mekanismenya tetap perlu disesuaikan dengan peraturan yang berlaku. Pendekatan ini melengkapi strategi edukasi dan pengawasan dengan memberikan penguatan positif terhadap perilaku kepatuhan.

Kedelapan strategi tersebut pada dasarnya saling berkaitan. Edukasi meningkatkan pengetahuan, panduan memperjelas prosedur, komunikasi proaktif mencegah kelalaian, teknologi mempermudah layanan, konsultasi mengatasi persoalan individual, transparansi membangun kepercayaan, pelayanan memperkuat pengalaman positif, dan insentif memberikan dorongan tambahan. Dalam perspektif komunikasi pembangunan, kombinasi tersebut dapat memperluas partisipasi wajib pajak. Sementara dari sudut pandang persuasi, pesan yang informatif, relevan, dan disampaikan melalui saluran yang sesuai dapat membantu mendorong perubahan sikap dan perilaku.

Dengan demikian, peningkatan penerimaan PHR sebaiknya tidak hanya berorientasi pada aspek penagihan, tetapi juga pada pembangunan relasi komunikasi yang berkelanjutan antara pemerintah dan wajib pajak. Komunikasi yang efektif dapat mengurangi ketidakpastian, mencegah kesalahpahaman, memperkuat kepercayaan, serta mendukung efisiensi pemungutan pajak.

SIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa hambatan komunikasi dalam pemungutan PHR di Kabupaten Bangli terutama berkaitan dengan tiga persoalan. Pertama, sebagian wajib pajak masih mengalami keterbatasan pemahaman dalam menghitung pajak melalui mekanisme self-assessment. Kedua, data objek dan subjek pajak belum sepenuhnya lengkap sehingga masih terdapat potensi pajak yang belum teridentifikasi secara optimal. Ketiga, kesadaran sebagian wajib pajak untuk melaporkan data usaha, menyampaikan kondisi keuangan secara riil, dan menyetorkan pajak tepat waktu masih perlu diperkuat.

Di samping itu, efektivitas pemungutan dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya manusia pemeriksa, kapasitas pengawasan, sarana-prasarana, serta kemampuan petugas menjangkau wilayah tertentu. Oleh sebab itu,

persoalan peningkatan PHR perlu ditangani secara terpadu antara pembenahan administrasi, penguatan pengawasan, dan pembangunan komunikasi yang lebih efektif.

Strategi komunikasi yang direkomendasikan meliputi edukasi dan penyuluhan secara intensif, penyediaan panduan yang jelas, komunikasi proaktif, pemanfaatan teknologi digital, layanan dukungan dan konsultasi, transparansi serta akuntabilitas, peningkatan kualitas pelayanan, dan pemberian insentif kepada wajib pajak yang patuh. Implementasi strategi secara terintegrasi diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan kepatuhan wajib pajak sehingga potensi PHR dapat dihimpun secara lebih optimal dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan PAD Kabupaten Bangli.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani, N. K. (2022). Implementasi kebijakan e-pajak dalam rangka meningkatkan kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kabupaten Badung. *Jurnal Widya Publika*, 10(1).
- Boda, J., Mingkid, E., & Purwanto, A. (2022). Strategi Pemerintah Kota Manado dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah melalui pajak perhotelan. *Jurnal Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*, 18(3).
- Bungin, B. (2015). Komunikasi pariwisata (tourism communication): Pemasaran dan brand destinasi. Prenadamedia Group.
- Cangara, H. (2017). Perencanaan dan strategi komunikasi. Rajawali Pers.
- Fiske, J. (2016). Pengantar ilmu komunikasi. PT Raja Grafindo.
- Hamzah, Y. I. (2013). Potensi media sosial sebagai sarana promosi interaktif bagi pariwisata Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*.
- Ismail, Y. (2022). Strategi komunikasi dalam sosialisasi manfaat Pajak Bumi dan Bangunan Daerah di Kabupaten Bangka. *Jurnal Studia Komunika*, 5(1).
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi model Laswell dan stimulus-organism-response dalam mewujudkan pembelajaran menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1).
- Kusumadinata, A. A., & Fitriah, M. (2017). Strategi komunikasi pelayanan publik melalui program pos pemberdayaan keluarga. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 225–238.
- Lasswell, H. (1960). The structure and function of communication in society. University of Illinois Press.
- Muhammad, A. (2005). Komunikasi organisasi. Bumi Aksara.
- Nilawati, E. (2019). Analisis dan strategi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Maksipreneur*, 9(1).
- Putri, C. A., & Dwivayani, K. D. (2023). Komunikasi publik terhadap upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak restoran di Kota Samarinda. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(7).
- Rachmawati, M. A., & Afifi, S. (2021). The integrated marketing communication in digital environment: A case study of local radio in Yogyakarta. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 14(2), 105–119.
- Romi, K. (2017). Strategi komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Tampan dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak di Pekanbaru melalui sistem layanan pajak online e-billing. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau*, 4(2).
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2009). Teori komunikasi: Sejarah, metode, dan terapan di dalam media massa. Kencana.
- Seyitoglu, F., & Yuzbasioglu, N. (2015). The role of strategic communication in hospital industry: The case of Antalya, 2(2), 16–35.
- Sitepu, E., & Sabrin. (2020). Strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat berwisata di Sumatera Utara. *Jurnal Massage Komunikasi*, 9(1), 28–44.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Yeti, N. K. M., dkk. (2023). Capacity building dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Klungkung. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 8(1).
- Zubair, F. (2017). Model komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 231–240.
- Zulaefa, F. (2019). Strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan objek wisata Punthuk Setumbu, 2(1), 2–5.