

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Fakta membuktikan bahwa 80% Kalangan wirausaha muda dan pengusaha kecil di Indonesia merupakan kalangan yang dapat terbilang awam dan sulit untuk memiliki NPWP serta membayar pajak. Citra pajak di Indonesia cukup buruk, sehingga dinilai sebagai momok bagi yang menakutkan dan membahayakan usaha. Dalam rangka menanggulangi kesalahpahaman yang terjadi, maka dibutuhkan suatu image baru dari pemerintah yang mampu memberikan informasi yang tepat, jelas, terpercaya, dan menguntungkan bagi para wirausaha muda maupun pengusaha kecil, sehingga mereka dapat terbujuk secara halus dan tidak sadar untuk memiliki NPWP.

Media-media pajak yang telah dibuat Dirjen Pajak selama ini kurang mendapat simpati dari masyarakat karena :

- Kalimat di dalam media sering kali menyinggung masyarakat yang belum membayar pajak sehingga masyarakat merasa terintimidasi dan akhirnya memutuskan untuk tidak membayar pajak sama sekali.
- Penempatan media yang tersebar sembarangan membuat masyarakat tidak menyadari adanya media yang telah tersedia.
- Informasi yang diberikan terlalu bertele-tele, sehingga masyarakat malas untuk membacanya.

Oleh karena itu, penulis menyadari bahwa untuk membuat suatu kampanye pajak yang menarik, penulis berkesimpulan bahwa :

- Kalimat yang mengajak masyarakat dan bukan memojokan masyarakat dalam media-media, dapat membuat masyarakat lebih peduli
- Unsur humor, dapat membuat masyarakat bisa lebih bersahabat dengan pajak
- Penggunaan warna yang cerah, seperti *light orange*, mampu memberikan kesan hangat bagi *target audience*
- Informasi yang diberikan singkat, padat, jelas, dan tidak bertele-tele pada media akan lebih mudah dimengerti oleh masyarakat.