

## **ABSTRAK**

Penelitian ini membahas mengenai tahapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak Direktorat P2Humas Direktorat Jenderal Pajak dalam mensosialisasikan program Amnesti Pajak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang telah digunakan oleh Direktorat P2Humas dalam mensukseskan program Amnesti Pajak.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif-deskriptif. Kemudian paradigma yang digunakan adalah paradigma post-positivisme. Teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara terhadap Direktorat P2Humas. Selain itu teknik keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan Direktorat P2Humas sesuai dengan penetapan strategi dan perencanaan komunikasi dalam Cangara (2014: 133-175). Strategi komunikasi yang diutamakan oleh Direktorat P2Humas dengan menggunakan seluruh media komunikasi, menjalin kerja sama dengan banyak pihak dan memiliki daya tarik dengan Presiden Republik Indonesia sebagai komunikator.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Amnesti Pajak.

---