

ABSTRAK

Kantor Pelayanan Pajak Samsat Soreang mempunyai peran yang strategis dalam mengelola dan meningkatkan penerimaan pajak di wilayahnya. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku komunikasi masyarakat, pemanfaatan media sosial oleh Humas Kantor Pajak menjadi semakin penting. Hal ini menunjukkan 24% kendaraan bermotor tidak melakukan registrasi ulang di SAMSAT Soreang. Fenomena ini berdampak signifikan terhadap penerimaan pajak daerah dan menunjukkan rendahnya tingkat kesadaran atau kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban pajak kendaraan. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi media sosial humas Kantor Pajak dalam meningkatkan kesadaran masyarakat membayar pajak di SAMSAT Soreang. Laporan ini menggunakan metodologi pendekatan studi kasus kualitatif (pemahaman) karena pendekatan studi kasus kualitatif berupaya menggali dan memahami bagaimana strategi komunikasi persuasif mempengaruhi kesadaran masyarakat dalam membayar pajak di SAMSAT Soreang. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis data kualitatif, seperti data wawancara, observasi, atau analisis teks. Metode ini melibatkan proses mendalam dalam pengorganisasian, pemahaman, dan interpretasi data. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa akun media sosial Instagram @samsatsoreanguara merupakan strategi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak. menjadikan program SAMSAT sebagai konten utama dalam menyebarkan informasi dan dipadukan dengan kreativitas dalam memanfaatkan hal-hal yang viral menjadikan akun tersebut semakin menarik. Kegunaan seluruh fitur yang digunakan juga merupakan fitur yang sering digunakan masyarakat dalam kesehariannya menggunakan Instagram.

Kata Kunci: *Kantor Pelayanan Pajak Kabupaten Bandung, Humas, Strategi Media Sosial*