PERANCANGAN ULANG KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA DENGAN PENDEKATAN *BRAND IDENTITY*

ABSTRAK

Abstrak : Fenomena kurangnya akses informasi perpajakan pada usia sekolah dan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap kewajiban perpajakan menggarisbawahi pentingnya komunikasi yang efektif antara pegawai pajak dan masyarakat. Pelayanan yang ramah, sopan, dan responsif dapat menciptakan kenyamanan dan meningkatkan motivasi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban mereka. Namun, kenaikan tarif pajak yang dirasakan memberatkan masyarakat berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan dan kepatuhan, sehingga dibutuhkan upaya untuk membangun kembali kepercayaan tersebut. Regulasi pemerintah, seperti Peraturan Menteri Keuangan Nomor 206/PMK.01/2014, mendukung modernisasi layanan perpajakan melalui pengembangan infrastruktur dan peningkatan kualitas pelayanan. Salah satu solusi yang diajukan adalah perancangan area konsultasi di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama sebagai ruang interaksi yang nyaman, efisien, dan informatif. Tujuan dari perancangan ini adalah meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap KPP Pratama sebagai institusi yang kredibel dan transparan, meningkatkan kesadaran akan pentingnya pajak untuk pembangunan negara, serta menciptakan interaksi positif melalui pendekatan *Brand Identity* yang selaras dengan visi KPP Pratama dalam membangun sistem administrasi perpajakan yang efektif, efisien, dan terpercaya

Kata kunci : KPP Pratama Tigaraksa, Kantor, Pajak, *Brand Identity*, Konsultasi