

Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi Perpajakan Secara Digital (KP2KP Gerung Lombok Barat)

Phyta Rahima¹, Ria Rismayati^{2*}

¹Program Studi D3 Sistem Informasi, Univeristas Bumigora

²Program Studi S1 Ilmu Komputer, Universitas Bumigora

¹phytarahima@universitasbumigora.ac.id, ²riris@universitasbumigora.ac.id,

Abstract

The purpose of this community service activity is to assist the tax office in Gerung West Nusa Tenggara in educating and disseminating tax information using social media platforms to the general public. Educational content contains tax-aware information which includes timely tax payments, payment methods and mechanisms according to applicable procedures. The method used in this community service activity is to socialize and educate the public who come to the tax office and the public in general through social media. The implementation of social media is used as an effective means of tax education to increase public awareness regarding the importance of the concepts, provisions, benefits and objectives of taxation for individuals as well as regional and state development. This activity was carried out for two days at the Gerung West Lombok KP2KP by creating interesting educational content about taxation, the dedication method used used semi-descriptive quantitative methods in explaining existing phenomena in the form of figures depicting characteristics and assessing the nature of the conditions that seen. The social media platforms used include Facebook, Twitter, Instagram, TikTok and Youtube in distributing tax socialization and education content, with each characteristic and difference in presenting information in different forms of educational content.

Keywords : Social Media, Platform, Content and Tax

Abstrak

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah membantu pihak kantor pajak yang berada di Gerung Nusa Tenggara Barat dalam edukasi dan sosialisasi informasi perpajakan dengan menggunakan platform media social kepada masyarakat umum. Kandungan edukasi berisi informasi sadar pajak yang meliputi pembayaran paka tepat waktu, metode dan mekanisme pembayaran yang sesuai prosedur yang berlaku. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat yang datang ke kantor pajak maupun masyarakat secara umum melalui social media. Pengimplementasian social media digunakan sebagai sarana edukasi perpajakan yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pentingnya konsep, ketentuan, manfaat dan tujuan perpajakan bagi pribadi maupun pembangunan daerah dan Negara. Kegiatan ini dilaksanakan selama dua hari di KP2KP Gerung Lombok Barat dengan cara membuat konten edukatif yang menarik tentang perpajakan, metode pengabdian yang digunakan menggunakan metode semi deskriptif kuantitatif dalam menjelaskan fenomena yang ada dalam bentuk angka-angka penggambaran karakteristik dan menilai sifat dari kondisi-kondisi yang terlihat. Platform media social yang digunakan meliputi Facebook, Twitter, Instagram, TikTok dan Youtube dalam persebaran konten sosialisasi dan edukasi perpajakan, dengan masing-masing karakteristik dan perbedaannya menampilkan informasi dengan bentuk konten edukasi yang berbeda .

Kata Kunci: Media Sosial, Platform, Pajak dan Konten

I. PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber utama penerimaan Negara yang menyumbang sekitar 70% dari seluruh penerimaan pajak, sebagian besar kegiatan Negara seperti pembiayaan berbagai proyek pembangunan bersumber dari pajak. Karena itu, pajak menjadi ujung tombak pembangunan sebuah Negara (Baitus Salamah and Imahda Khoiri Furqon, 2020). Oleh sebab itu, kepatuhan pajak menjadi hal yang harus diperhatikan dalam rangka mengamankan penerimaan Negara (Assan, 2017). Peningkatan penerimaan, perbaikan dan perubahan mendasar dalam segala aspek perpajakan menjadi alasan dilakukannya reformasi perpajakan dari waktu ke waktu yang berupa penyempurnaan atau perbaikan kinerja administrasi, baik secara individu, kelompok maupun kelembagaan agar efisien, ekonomi dan cepat, sehingga diharapkan potensi penerimaan pajak yang tersedia berasaskan keadilan social itu dapat dipungut secara optimal dan dapat melayani kepada Wajib Pajak (Setiana, En and Agustina, 2010). Sistem pemungutan pajak yang dipakai saat ini adalah *self assessment system* yaitu system pemungutan yang memberi kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, melaporkan utang pajak yang tertuang dalam Surat Pemberitahuan (SPT), kemudian meyetor kewajiban perpajakannya. Hal tersebut tidak sejalan dengan kenyatannya, dimana masih banyak wajib pajak yang tidak melaporkan SPT sehingga berpengaruh terhadap penerimaan pajak di Indonesia (Fahri, Salsabila; Mayrazaka, Anissa;Hayya, 2021). Minimnya warga masyarakat berkunjung ke KP2KP Gerung Lombok Barat sebagai lokasi Tim melaksanakan pengabdian



Gambar 1. Kantor KP2KP Gerung Lombok Barat

Perlunya edukasi dalam memberikan pengajaran tentang pajak dan manfaatnya kepada masyarakat bertujuan agar masyarakat dapat memahami tentang penggunaan pajak dan manfaat bagi dirinya, penyuluhan maupun edukasi juga

diterapkan pada media klasik hingga modern yang memiliki mobilitas tinggi dan sederhana dalam penggunaannya (Juansyah and Abroida, 2019). Edukasi klasik selama ini yang sudah dilakukan adalah melalui penyuluhan-penyuluhan langsung ke badan-badan usaha maupun instansi-instansi dan menyebarkan brosur maupun pemasangan spanduk, sedangkan media modern yang ada dengan membangun website dirjen pajak dan aplikasi pendukungnya, dan dirasa masih belum mampu memaksimalkan target pembayaran pajak Negara.



Gambar 2. Kondisi didalam Kantor

Dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta. Berarti, jumlah pengguna media social di Indonesia setara dengan 61,8 % dari total populasi pada Januari 2021. Hal tersebut menandakan bahwa media social telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat Indonesia, sehingga edukasi perpajakan kepada masyarakat Indonesia melalui media social dapat dijadikan media edukasi modern. (Fahri, Salsabila; Mayrazaka, Anissa;Hayya, 2021). Dalam konteks penggunaan media social yang semakin luas, berbagai platform media social dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, salah satunya adalah sebagai sarana pendukung dan pengoptimalan edukasi perpajakan dengan menjadi penyaji konten edukasi atau pembelajaran digital. Hal tersebut dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia pada media social untuk mendukung konten edukasi atau pembelajaran digital. Pemanfaatan media social sebagai penyaji konten edukasi perpajakan dapat membantu masyarakat dalam memahami pajak. Dalam pengabdian ini, platform media social yang akan dibahas dalam pemanfaatannya untuk penyajian konten pembelajaran digital adalah Facebook, Twitter, Instagram, TikTok dan youtube.

Facebook, Twitter, Instagram, TikTok dan Youtube adalah platform media social yang populer di seluruh dunia. Mereka memiliki tujuan dan fitur yang berbeda-beda, meskipun semuanya memungkinkan penggunaannya untuk terhubung dan berinteraksi dengan orang lain secara daring. Adapun penggunaan berbagai platform tersebut yang akan dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak adalah sebagai berikut :

1. Facebook dapat menyajikan unggahan berupa foto, infografis, dan video. Melalui facebook, dapat memberikan edukasi berupa info terbaru terkait peraturan atau kebijakan dan memberikan laman situs pajak.go.id untuk membaca lebih lengkapnya. Selain itu dapat juga menautkan laman youtube untuk konten edukasi berupa tutorial terkait perpajakan. Ada juga konten berupa infografis yang menyajikan edukasi perpajakan berisi gambar dan atau foto dengan teks penjelasan yang menarik dan mudah dipahami. Video singkat juga disajikan pada laman facebook berupa penjelasan singkat tentang perpajakan taupun sekedar imbauan untuk melaporkan pajak.
2. Twitter merupakan *platform* media social yang mengutamakan tulisan. Dengan keterbatasan karakter pada twitter, seringkali edukasi perpajakan diberikan dengan cara kultwit. Kultwit merupakan singkatan dari kuliah twit, dimana menjelaskan suatu topik dengan twit yang berantai. Pada kultwit tersebut juga dapat disisipi foto, infografis, maupun laman situs. Selain twit dapat mengunggah maksimal 4 infografis, apabila infografis terdapat lebih dari 4 gambar, maka dibuat berantai layaknya kultwit. Twitter juga dapat menyajikan video pendek untuk memberikan edukasi perpajakan singkat, untuk penjelasan atau tutorial lebih lengkap diarahkan melalui youtube. Melalui twitter, masyarakat dapat bertanya seputar perpajakan ataupun melakukan pengaduan.
3. Instagram membantu memberikan edukasi perpajakan dengan konten yang berupa infografis, video, dan IG Live. Fitur instagram *carousel* sangat memudahkan dalam memberikan edukasi melalui infografis. Dengan *carousel*, infografis dapat disajikan beberapa halaman, sehingga dapat menyampaikan edukasi

perpajakan yang cukup banyak. Selain itu instagram dapat menyajikan konten berupa video, yaitu melalui instagram story dan reels. Instagram story merupakan fitur dengan durasi video maksimal 60 detik dan tayang selama 24 jam. Instagram story diisi dengan infografis atau video pendek terututma imbauan untuk lapor dan bayar pajak. Sedangkan reels memiliki durasi yang lebih lama dan tayang selama tidak dihapus. Reels dapat memberikan edukasi berupa video penjelasan ataupun imbauan terkait perpajakan ataupun imbauan dengan durasi 90 detik sampai dengan 3 menit. Selanjutnya fitur IG live berpa siaran langsung petugas pajak melakukan sosialisasi atau penjelasan terkait perpajakan dan dapat dilakukan tanya jawab melalui kolom komnetar. IG live dilaksanakan secara rutin oleh kantor pajak minimal satu kali dalam seminggu.

4. TikTok merupakan *platform* media social yang cukup baru. TikTok sangat populer di kalangan remaja, oleh sebab itu pemberian edukasi perpajakan melalui tiktok juga disesuaikan. Konten edukasi pada tiktok berupa video singkat tentang perpajakan dengan cara penyajian menyesuaikan tren yang sedang ada pada tiktok. Konten edukasi pada tiktok berdurasi kurang dari 90 detik dengan materi ringan agar mudah dipahami.
5. Youtube adalah *platform* yang focus pada konten video. Terdapat berbagai macam konten edukasi pada youtube, seperti video penjelasan terkait perpajakan, tutorial pelaksanaan kewajiban perpajakan, dan sebagai kanal siaran langsung sosialisasi peraturan atau kebijakan terbaru.

Dengan memahami karakteristik masing-masing platform media social, dapat memberikan konten edukasi yang sesuai, sehingga pesan tersampaikan secara menyeluruh, efektif dan sesuai sasaran.

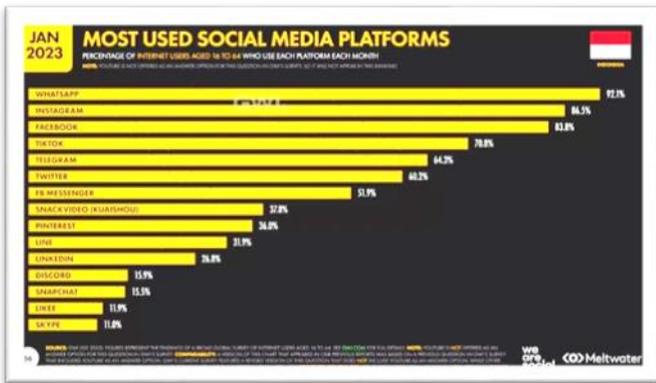
II. METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah semi deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan menggunakan angka-angka dalam mendeskripsikan karakteristik suatu hal dan menilai kondisi yang tampak. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk

menggambarkan karakteristik dari pemanfaatan media social sebagai media penyajian konten edukasi perpajakan secara digital. Data diambil melalui metode observasi dengan menganalisis data dan informasi semi deskriptif kuantitatif yang berkaitan dengan penelitian pada situs web dan survey tertentu. Selain itu, metode studi pustaka digunakan dengan mencari sumber referensi dan literature yang relevan dengan opik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kalangan masyarakat Indonesia di era digital saat ini didukung dengan kemudahan akses internet meningkatkan pengguna media social. Berdasarkan penelitian pada sebuah situs manajemen media social yang bertemakan digital 2023 : Indonesia yang dilakukan oleh We Are Social yang diterbitkan pada januari 2023 (We Are Social, 2021), menyatakan bahwa masyarakat yang Indonesia yang memiliki media social adalah sebanyak 167 juta orang. Jumlah tersebut merupakan 60,4 % dari total penduduk Indonesia. Media social yang paling populer digunakan di Indonesia adalah Whatsapp yaitu 92,1 %, kemudian Instagram 86,5 %, selanjutnya Facebook 83,8 %, TikTok 70,8 %, Telegram 64,3 %, dan Twitter 60,2 %. Persentase penggunaan *platform* media



Gambar 3. Persentase Pengguna Media Sosial

Banyaknya pengguna media social mencakup berbagai hal, salah satunya sebagai sarana edukasi perpajakan secara digital. Desain, pengemasan, informasi yang menarik dapat dengan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, sehingga edukasi terkait perpajakan dapat disampaikan secara maksimal.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Indikator pada tahun 2022 yaitu tentang Persepsi dan Kepatuhan Publik Membayar Pajak, mayoritas masyarakat Indonesia masih kurang memahami tentang pajak sebesar 52,4 % dan tentang manfaat uang pajak sebesar 57,7%. Adapun surevey tersebut dilakukan dengan teknik Random Digit Dialing (RDD)

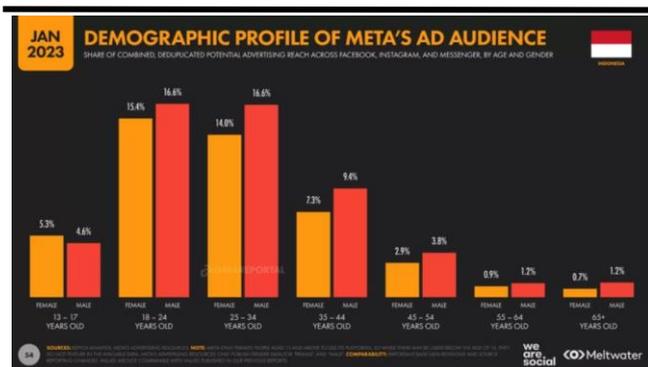
kepada sampel sebanyak 1.246 responden yang tersebar di Indonesia yang dipilih melalui pembangkitan nomor secara acak, validasi, dan screening. Pesentase pemahaman terhadap pajak dan uang pajak dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 4. Persentase Pemahaman Terhadap Pajak dan Uang Pajak

Berdasarkan survey tersebut, masih banyak masyarakat Indonesia yang kurang tereduksi tentang pajak. Oleh karena itu, Direktorat Jendral Pajak berupaya untuk memberikan edukasi perpajakan secara luas dengan berbagai cara. Salah satu cara yang digunakan adalah melalui media social. Pada media social, berbagai hal terjadi secara cepat dan global. Kemudahan akses internet menjadi faktor penting dalam tersebarnya suatu informasi pada media social. Memanfaatkan hal tersebut, Direktorat Jendrak Pajak berupaya membuat konten edukasi yang menarik dan mudah dipahami. Saat ini *platform* media social resmi Direktorat Jenderal Pajak meliputi facebook : Direktorat Jenderal Pajak, twitter : @DitjenPajakRI (Direktorat Jendral Pajak, 2023a), instagram : @ditjenpajakri(Direktorat Jendral Pajak, 2023b), twitter : @ditjenpajakri (djp, 2023), tiktok : @ditjenpajakri (Direktorat Jendral Pajak RI, 2023), dan youtube : Direktorat Jenderal Pajak (Direktorat Jendral Pajak, 2023c).

Pengguna media social terbanyak berasal dari rentang usia 18-34 tahun, dimana usia tersebut merupakan usia produktif. Berdasarkan penelitian We Are Social bertemakan Digital 2023 (We Are Social, 2021): Indonesia, pengguna media social usia 18-24 tahun terdiri dari 16,6 % laki-laki dan 15,4% perempuan dari jumlah penduduk Indonesia. Dan pada rentang usia 25-34 terdiri dari 16,6% laki-laki dan 14,0% perempuan dari jumlah penduduk Indonesia, berikut persentasenya



Gambar 5. Persentase Demografi Pengguna Media Sosial

Dengan banyaknya pengguna media social pada usia 18-34 tahun dimana usia tersebut adalah usia produktif, maka konten edukasi disesuaikan agar relevan. Berbagai pendekatan dilakukan pada konten edukasi, seperti mengikuti tren yang sedang ada, menggunakan model dengan rentang usia tersebut, materi perpajakan yang sederhana, dan penjelasan singkat, menarik dan mudah dimengerti. Pada rentang usia tersebut banyak yang memiliki persoalan terkait perpajakan yang sama, sehingga perlu dibuat berbagai macam konten edukasi dengan berbagai macam bentuk dan dilakukan berkali-kali.

Setiap media social yang dimiliki Direktorat Jendral Pajak memberikan edukasi dengan cara masing-masing. Pada persoalan pendaftaran NPWP, *platform* media social instagram memberikan konten edukasi berupa infografis manfaat NPWP dan tata cara pendaftaran NPWP. Selain itu melalui instagram juga disajikan konten edukasi berupa video singkat bagaimana cara pendaftaran NPWP dan untuk tutorial lebih lengkap diarahkan untuk menuju youtube. Pada *platform* facebook, konten edukasi yang diberikan berupa infografis dilengkapi dengan tautan web pendaftaran NPWP pada narasinya sehingga masyarakat dapat mengklik dan menuju laman melakukan pendaftaran NPWP. Sedangkan pada twitter konten edukasi berupa kultwit tata cara pendaftaran NPWP disertakan infografis dan tautan untuk menuju laman web pendaftaran NPWP. Kemudian pada tiktok, tata cara pendaftaran NPWP dikemas dengan menarik sesuai dengan tren yang sedang ada dan menggunakan music yang sedang tren saat itu, dengan demikian akan lebih mudah masuk ke dalam laman tiktok masyarakat. Melalui youtube, edukasi perpajakan berupa konten video tata cara melakukan pendaftaran NPWP. Pada konten video tersebut dijelaskan secara rinci setiap tahapannya sehingga memudahkan untuk diikuti dan dipahami. Pada setiap *platform* media social memiliki fitur kolom komentar, pada kolom komentar tersebut masyarakat dapat bertanya dan berdiskusi terkait perpajakan.

Apabila terdapat pertanyaan yang sering ditanyakan, maka persoalan tersebut dibuat konten edukasi untuk berbagai media social.

Sampai dengan tanggal 30 Mei 2023, platform media social Direktorat Jendral Pajak memiliki jangkauan sebanyak 251.000 pengikut pada facebook, 390.000 pengikut dengan 2380 unggahan edukasi pada istagram, 258100 pengikut pada twitter, 133.100 pengikut dengan 1,9 juta like pada tiktok, dan 118.000 pengikut dengan 519 video edukasi pada youtube. Dengan berbagai platform media social yang dipakai dan dimanfaatkan sesuai dengan karakteristik masing-masing, konten edukasi perpajakan dapat disampaikan secara cepat dan global. Adapun materi yang disampaikan melalui media social adalah edukasi yang bersifat umum dan informasi terbaru terkait aturan maupun kebijakan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka penggunaan berbagai *platform* media social memiliki karakteristik masing-masing yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi perpajakan secara digital. Akan tetapi jika melihat animo dari masyarakat sekitar daerah gerung Lombok Barat yang sudah tergerus oleh platform media social, mereka cenderung menyukai *platform* TikTok karena dirasa sangat menarik untuk diikuti juga mudah dipahami. Dengan mudahnya mengakses internet, menambah banyaknya pengguna media social di Indonesia. Namun saat ini masih terdapat masyarakat yang belum memahami tentang perpajakan, oleh karena itu dengan adanya media social ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memahami proses perpajakan. Persebaran edukasi perpajakan melalui media social yang menarik berdampak percepatan dan perluasan informasi perpajakan dikalangan masyarakat. Pengguna media social yang berasal dari rentang usia 18-34 tahun sebagai usia produktif, berperan penting dalam pendukung persebaran informasi digital maupun pelaksana palaku perpajakan kepada khalayak ramai.

Bagian ini berisi kesimpulan dari kegiatan serta saran keberlanjutan program. Cukup buat satu paragraf saja untuk menjelaskan hasil dari kegiatan ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami ucapkan kepada seluruh jajaran Direktorat Jendral Pajak yang berada di KP2KP Gerung Lombok Barat, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Assan, A.E. (2017) 'ANALISIS KEPATUHAN WAJIB PAJAK BADAN DI INDONESIA : SEBUAH META ANALISIS', 17(2), pp. 139–152.
- Baitus Salamah and Imahda Khoiri Furqon (2020) 'Pengaruh Pandemi Covid Terhadap Penerimaan Pajak di Negara Indonesia pada Tahun 2020', *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, 1(2), pp. 277–289. doi:10.21009/japa.0102.10.
- Direktorat Jendral Pajak (2023a) *Ayo Segera Lakukan Pemadanan NIK-NPWP*, *Facebook*. Available at: <https://www.facebook.com/DitjenPajakRI/>.
- Direktorat Jendral Pajak (2023b) *ditjenpajakri*, *Instagram*. Available at: <https://www.instagram.com/ditjenpajakri/>.
- Direktorat Jendral Pajak (2023c) *Pajak Kita Untuk Kita*, *Youtube*. Available at: <https://www.youtube.com/@DitjenPajakRI>.
- Direktorat Jendral Pajak RI (2023) *ditjenpajakri*, *TikTok*. Available at: <https://www.tiktok.com/@ditjenpajakri>.
- djp (2023) *Pajak Kita Untuk Kita*, *Twitter*. Available at: <https://twitter.com/DitjenPajakRI>.
- Fahri, Salsabila; Mayrazaka, Anissa; Hayya, M. (2021) 'OPTIMALISASI KESADARAN MEMBAYAR PAJAK BAGI PEMUDA MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL DI ERA NEW NORMAL. Salsa Billa Putri Fahri 1 , Anissa Imana Mayrazaka 2 ', *Paulus Journal of Accounting*, 3(1), pp. 77–90.
- Juansyah, S.K.M.K. and Abroida (2019) 'Rancang Bangun Aplikasi Edukasi Pajak Sebagai Media Edukasi Perpajakan Kepada Masyarakat', *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer Politeknik Sekayu*, 9(2), pp. 27–38.
- Setiana, S., En, T.K. and Agustina, L. (2010) 'Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Survey Terhadap Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Bojonagara)', *Jurnal Akuntansi*, 2(2), pp. 134–161.
- We Are Social (2021) *A Global, Socially-LED Creative Agency, We Are Social*. Available at: <https://wearesocial.com/uk/>.