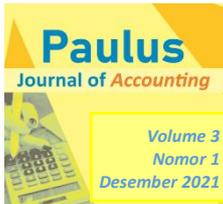


**OPTIMALISASI KESADARAN MEMBAYAR PAJAK BAGI PEMUDA
MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL DI ERA *NEW NORMAL*.**

Salsa Billa Putri Fahri¹, Anissa Imana Mayrazaka², Mumthazul Hayya³

Universitas Syiah Kuala

salsabilaputri310@gmail.com



e-ISSN 2715-7474

p-ISSN 2715-9892

Informasi Artikel

Tanggal masuk

20 Desember 2021

Tanggal revisi

25 Desember 2021

Tanggal diterima

31 Desember 2021

Kata Kunci:

Pemuda¹

Kesadaran membayar pajak²

*Social media*³

Edukasi perpajakan⁴

*New normal*⁵

Abstrak: Kesadaran masyarakat akan pajak sangat penting. Pajak merupakan salah satu penerimaan terbesar negara yang digunakan untuk pembangunan infrastruktur dan kesejahteraan masyarakat. Berbagai macam alasan wajib pajak tidak mau membayar pajak. Upaya untuk peningkatan kesadaran membayar pajak bisa dilakukan melalui edukasi. Penelitian ini mengambil rumusan masalah yaitu, Bagaimana peran edukasi dalam mengoptimalkan kesadaran membayar pajak terhadap pemuda? dan Bagaimana peran *social media* dalam edukasi perpajakan di era *new normal*?. Sedangkan untuk tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana peran edukasi dalam mengedukasikan optimalisasi kesadaran membayar pajak serta mengetahui bagaimana peran *social media* dalam mengedukasikan perpajakan di era *new normal*. Diharapkan penelitian ini bisa digunakan sebagai wawasan untuk edukasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif analitik karena hanya mendeskripsikan suatu fenomena saja. Data yang dipakai ialah data sekunder yang diperoleh dari observasi tidak langsung dan studi kepustakaan melalui buku, artikel, bps, *website* DJP, *we are social*, dan beberapa referensi lainnya. Edukasi perpajakan sangat penting bagi pemuda untuk menjadi sadar akan pentingnya pajak bagi diri mereka sendiri sehingga dapat memberikan pengaruh positif bagi masyarakat di sekitarnya terhadap urgensi membayar pajak. Edukasi perpajakan bisa diterapkan berbasis *social media*, karena jumlah pengguna *social media* aktif tiap tahunnya bertambah. Maka oleh karena itu, sangat ampuh jika terus digalakkan. Hal ini akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran pajak di semua kalangan usia.



PENDAHULUAN

Pajak merupakan wujud dari peran serta masyarakat dalam mendukung pembangunan maupun perekonomian di Indonesia. Pajak dapat diartikan sebagai pungutan yang dilakukan negara dengan tujuan untuk mensejahterakan rakyat, berdasarkan undang-undang yang berlaku di mana atas pungutan tersebut negara tidak memberikan kontraprestasi secara langsung kepada

pembayar pajak. Pada APBN, pajak menjadi sumber utama pendapatan negara. Pendapatan negaramerupakan sumber utama belanja negara disamping komponen pembiayaan APBN yang meliputi penerimaan pajak dan bukan pajak.

Pajak memiliki berbagai macam manfaat yang besar untuk masyarakat. Realisasi dari pembayaran pajak yang dilakukan oleh masyarakat salah satunya pembangunan infrastruktur yang dilakukan oleh Pemerintah. Mengingat begitu dibutuhkannya pajak dalam pembangunan suatu negara maka Pemerintah selalu melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak.

Sistem pemungutan pajak yang dipakai saat ini adalah *self assessment system* yaitu sistem pemungutan yang memberi kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, melaporkan utang pajaknya yang tertuang dalam Surat Pemberitahuan (SPT), kemudian menyetor kewajiban perpajakannya. Namun kenyataannya masih banyak wajib pajak yang tidak melaporkan SPT sehingga hal ini berpengaruh terhadap penerimaan pajak di Indonesia.

Dikutip dari Jakarta, CNBC Indonesia - Kementerian Keuangan melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mencatat jumlah wajib pajak yang menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan mencapai 12,48 juta wajib pajak hingga 30 April 2021. DJP mencatat pelaporan ini terdiri dari 872.995 SPTBadan dan 11,61 juta SPT Orang Pribadi. Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat DJP Neilmaldrin Noor mengatakan jumlah pelaporan SPT tahun ini meningkat 13,3% atau 1,46 juta SPT jika dibandingkan dengan jumlah pelaporan SPT tahun sebelumnya 11,02 juta.

Meskipun jumlah pelaporan SPT meningkat tetapi masih terdapat wajib pajak yang tidak melaporkan SPT nya, hal ini dapat dilihat dari pencapaian jumlahpelaporan SPT yang masih dibawah target Ditjen Pajak. Ditjen Pajak menargetkanSPT tahunan tahun 2020 yang terlapor sebesar 15 juta SPT, sebab Ditjen Pajak menargetkan rasio kepatuhan formal berada di tingkat 80% dari total 19 juta wajibpajak yang telah terdaftar. Oleh sebab itu, tingkat kepatuhan SPT tahunan tahun2020 yang dilaporkan pada tahun 2021 sebesar 12,48 juta SPT belum mencapai target Ditjen Pajak karena masih berada pada rasio keptuhan formal sebesar 59,3%.

Informasi lebih rinci mengenai kesadaran masyarakat untuk membayarpajak dapat terlihat dari data per 1 April 2021 wajib pajak badan yang sudah laporSPT Tahunan ada sebanyak 319.077, angka ini masih rendah jika dibandingkandengan total wajib badan terdaftar sebanyak 1,65 juta dan masih ada 6,39 jutawajib pajak orang pribadi yang belum melaporkan kewajiban pajak tahun lalunya.Berbagai hal yang menyebabkan wajib pajak enggan untuk membayar pajak diantaranya, kurang etika sosial yaitu perilaku yang hanya mementingkan diri sendiri tanpa memikirkan manfaat pajak untuk kepentingan bersama,

kurangnya sanksi hukum bagi wajib pajak yang tidak membayar pajak, prosedur pajak yang rumit dan membosankan, serta kurangnya edukasi pajak. Dari pernyataan di atas kurangnya edukasi merupakan salah satu faktor penting dari penyebab rendahnya kesadaran membayar pajak. Dengan demikian edukasi perpajakan merupakan tonggak utama yang dicanangkan agar wajib pajak tidak lalai akan kewajibannya dalam membayar pajak.

Berdasarkan laporan dari "The Latest Insights Into The State of Digital" yang diterbitkan pada 11 Februari 2021 menyebutkan bahwa, rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 14 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta. Artinya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia setara dengan 61,8 persen dari total populasi pada Januari 2021. Angka ini juga meningkat 10 juta, atau sekitar 6,3 persen dibandingkan tahun lalu. Hal ini menandakan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat Indonesia, sehingga edukasi perpajakan kepada masyarakat Indonesia melalui media sosial merupakan ide yang bagus dan sangat sayang untuk dilewatkan.

Dengan adanya edukasi perpajakan diharapkan jumlah kenaikan pelaporan SPT semakin meningkat tiap tahunnya, sehingga dikemudian hari tidak ada wajib pajak yang mogok dalam melaksanakan pembayaran pajak. Edukasi perpajakan kepada pemuda dapat dilakukan melalui perantara media sosial mengingat hampir semua orang dari berbagai kalangan usia telah memiliki media sosial pada saat ini.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui:

- 1) Bagaimana peran edukasi dalam mengoptimalkan kesadaran membayar pajak terhadap pemuda?
- 2) Bagaimana peran *social media* dalam edukasi perpajakan di era *new normal*?

1.2 Tujuan dan Manfaat Penulisan

Tujuan penulisan:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana peran edukasi dalam mengedukasikan optimalisasi kesadaran membayar pajak.
- 2) Untuk mengetahui bagaimana peran *social media* dalam mengedukasikan perpajakan di era *new normal*.

Manfaat Penulisan

- 1) Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber wawasan terkait edukasi kepatuhan membayar pajak dimulai dari pemuda di era *new normal*, serta memberikan

kesadaran membayar pajak bagi wajib pajak sehingga perencanaan perekonomian berjalan lancar.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjelaskan kepada semua pihak (masyarakat dan pemerintah) akan pentingnya membayar pajak dalam aktivitas ekonomi terhadap laju pembangunan di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pajak

Menurut Mardiasmo (2011:1), definisi pajak adalah “iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa-timbal (kontraprestasi), yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.” Menurut Mulyo Agung SE, MM (2014:16) Pajak memiliki ciri-ciri diantaranya, iuran rakyat ke Negara, pajak dipungut berdasarkan undang-undang serta pelaksanaannya yang sifatnya dapat dipaksakan, dalam membayar pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi secara langsung oleh pemerintah, pajak dipungut oleh Negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah, pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, dipergunakan untuk membayar public investment, Pajak juga dapat pula mempunyai tujuan selain budgetair, yaitu mengatur.

Menurut Mulyo Agung (2014:34) pajak memiliki dua fungsi, yaitu, pertama Fungsi Penerimaan (budgetair), Pajak berfungsi sebagai sumber dana yang diperuntukkan bagi pembiayaan pengeluaran pemerintah. Contoh: dimasukkannya pajak dalam APBN sebagai penerimaan dalam negeri. Kedua Fungsi Mengatur (Reguler), Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan dibidang social dan ekonomi. Sebagai contoh dikenakan pajak yang tinggi terhadap minuman keras.

2.2 Edukasi

Edukasi atau disebut juga dengan pendidikan merupakan segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan (Notoadmojo, 2003).

Secara umum dapat dikatakan semakin tinggi tingkat pendidikan wajib pajak semakin mudah bagi mereka untuk memahami segala sesuatu yang berhubungan dengan pajak termasuk peraturan-peraturan perpajakan (Nurmantu 2005:32). Tidak semua lapisan masyarakat dan juga wajib pajak memahami dan mengindahkan peraturan perpajakan. Pada wajib pajak yang telah mengerti akan adanya peraturan perpajakan diharapkan dapat mematuhi dan melaksanakan

kewajibannya dengan cara melaporkan SPT tepat pada waktunya secara baik dan benar.

4.3 Edukasi Perpajakan

Edukasi mengenai perpajakan dapat bersumber dari penjelasan umum Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan beserta perubahannya yaitu: Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1994 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2000 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan yang disebutkan bahwa pembinaan masyarakat wajib pajak dapat dilakukan melalui berbagai upaya, antara lain pemberian penyuluhan pengetahuan perpajakan baik melalui media massa maupun penerangan langsung kepada masyarakat.

Edukasi perpajakan juga dapat dilakukan melalui kanal media sosial, seperti instagram, twitter, maupun tiktok, mengingat masyarakat saat ini terutama para pemuda lebih sering berselancar pada platform media sosial. Diharapkan bagi para pemuda dapat teredukasi mengenai pentingnya membayar pajak sejak sedini mungkin, sehingga menciptakan generasi emas yang melek terhadap pajak.

4.4 Pemuda Bangsa

Menurut Koentjaraningrat (1997), pemuda adalah suatu fase yang berada dalam siklus kehidupan manusia, dimana fase tersebut bisa kearah perkembangan atau perubahan. Menurut Taufik Abdullah (1974), pemuda adalah generasi baru dalam sebuah komunitas masyarakat untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Berdasarkan defenisi diatas dapat kita artikan bahwa pemuda adalah tonggak dari perubahan zaman. Pemuda dapat membawa perubahan baik atau sebaliknya, pemuda dapat menciptakan perubahan yang buruk. Oleh sebab itu pemuda menjadi sasaran tepat untuk diedukasi mengenai perpajakan, agar dapat ditanamkan sedini mungkin rasa kepatuhan dalam membayar sebagai warganegara yang baik.

4.5 Media Sosial sebagai Sarana Edukasi Perpajakan

Dunia maya bukan lagi menjadi hal yang asing bagi sebagian masyarakat luas terutama pemuda. Internet yang dapat diakses dengan mudah membuat orang-orang lebih interaktif bersosialisasi dalam dunia maya yang saat ini lazim dikenal dengan sebutan media sosial.

Media sosial merupakan suatu media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015:11).

Dari defenisi mengenai sosial media diatas dapat dilihat bahwa media sosialbisa menjadi sara edukasi yang tidak membosankan bila yang disajikan dalam sosial media tersebut berupa visualisasi yang dapat memaanjkan mata terlebih bila disampaikan dengan kata-kata yang ringan dan mudah dicerna oleh seluruh lapisan masyarakat dari berbagai kalangan usia.

Edukasi mengenai perpajakan merupakan kata-kata yang terdengar cukup kaku bagi sebagian orang. Dalam ekspetasi kebanyakan orang, edukasi perpajakan merupakan hal yang sangat formal dan hanya dipelajari dalam bangkupendidikan, padahal kenyataannya kewajiban dalam membayar pajak tidak memandang bulu karena siapa saja yang sudah termasuk dalam kategori wajib pajak berarti sudah diwajibkan untuk membayar pajak.

Adanya media sosial merupakan angin segar karena media sosial dapat menjadi inovasi sarana yang kekinian untuk mengoptimalkan edukasi perpajakanyang masih terdengar kaku bagi sebagian orang. Perpaduan visualisasi yang memanjakan mata serta kata-kata yang ringan juga mudah dipahami bagi sebagian orang memungkinkan edukasi perpajakan melalau media sosial dapat dengan udah dipahami juga diminati bagi sebagian besar pengguna media sosial terutamapara pemuda.

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Saryono (2010), Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh social yang tidak dapat dijelaskan, diukur ataudigambarkan melalui pendekatan kuantitatif, sedangkan untuk jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitik yaitu penelitian yang hanya melukis, memaparkan, menulis, dan melaporkan keadaan suatu objek atau suatu adanya fakta peristiwa dan berupa penyikapan fakta (Suharsimi,2006:239).

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Pada penelitian ini terdapat beberapa sumber yang bisa dijadikanpenunjang penelitian, seperti buku mengenai perpajakan, laporan dan jurnalkepatuhan wajib pajak dan system pembayaran pajak, serta beberapa sumber darimedia internet.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik yang digunakan penulis dalam pengumpulan data adalah metode observasi dan studi kepustakaan:

1. Observasi

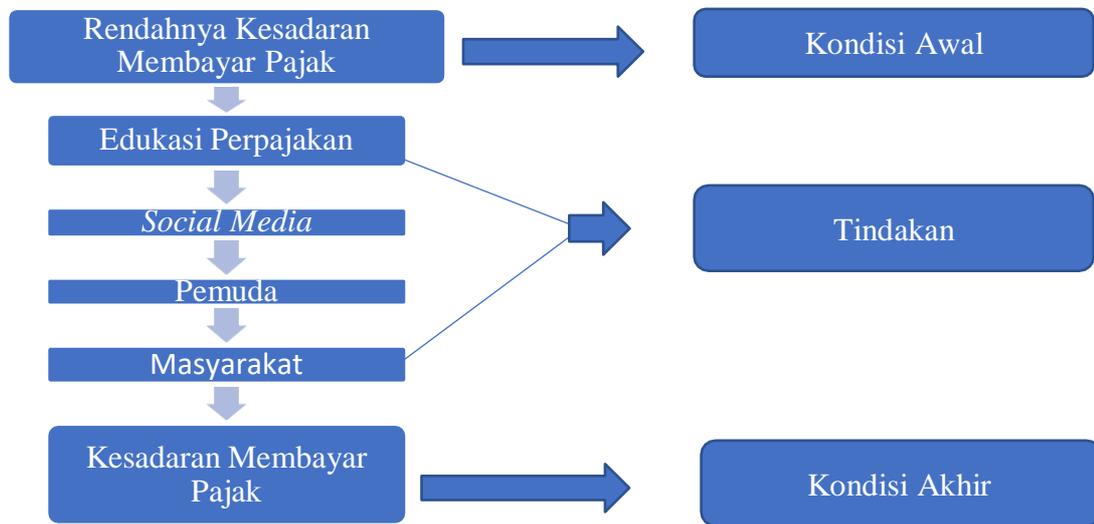
Observasi adalah pengamatan peninjauan secara cermat tentang objek atau

permasalahannya. Dalam hal ini, penulis menggunakan observasi nonpartisipasi, yaitu observasi yang tidak langsung mengamati dilapangan.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu, penulis mencari berbagai referensidata melalui buku-buku, artikel, databooks, dan jurnal di media internet.

3.4 Kerangka Pemikiran



PEMBAHASAN

4.1 Optimalisasikan Edukasi Kesadaran Membayar Pajak terhadap Pemuda.

Umumnya masyarakat Indonesia masi kurang percaya terhadap keberadaan pajak sehingga, minimnya kesadaran dalam membayar pajak. Hal tersebut menjadi karakter yang melekat pada masyarakat Indonesia. Hal ini bisadiliat dari tahun ke tahun jumlah orang yang membayar pajak terus meningkat namun, peningkatan pembayaran pajak tidak sebanding dengan banyaknya jumlah wajib pajak.

4.1.1 Tabel Laporan Tahunan Wajib Pajak

Tahun	WP Terdaftar	WP Wajib SPT	SPT Tahunan PPh	Rasio Kepatuhan
2012	24.812.569	17.659.278	9.237.948	52%
2013	28.002.205	17.731.736	9.966.834	56%
2014	30.574.428	18.357.833	10.852.304	59%
2015	33.336.122	18.159.840	10.972.529	60%
2016	36.446.616	20.165.718	12.264.131	61%
2017	39.151.603	16.598.887	12.057.400	73%
2018	38.651.881	17.653.963	10.589.648	71%
2019	45.950.440	18.320.000	18.330.000	73%
2020	46.380.119	19.000.000	12.480.000	78%

Sumber: laporan tahunan DJP

Dari grafik dan data diatas menunjukkan bahwa wajib SPT terus meningkat setiap tahunnya, begitu juga dengan SPT yang diterima terus meningkat setiap tahunnya. Namun, jumlah peningkatan SPT setiap tahunnya tidak sebanding dengan wajib SPT. Antara wajib SPT dan SPT yang diterima memiliki perbandingan yang cukup jauh. Sehingga walaupun terjadi peningkatan SPT yang diterima tetapi tidak dapat berpengaruh secara signifikan.

Dari pernyataan diatas, minimnya kesadaran orang membayar pajak harus segera diatasi untuk mencapai kestabilan ekonomi. Peningkatan kesadaran membayar pajak bisa dilakukan dengan berbagai macam upaya salah satunya adalah melalui system edukasi. Edukasi ini dilakukan melalui media sosial. Tujuan utama dari edukasi ini ialah pemuda. Pemuda sebagai *agen of exchange* (agen perubahan) memiliki andil besar dalam sebuah negara. Oleh karena itu, edukasi perpajakan ini sangat penting bagi pemuda agar tumbuh kesadaran pentingnya pajak dalam diri mereka sehingga mereka dapat memberi pengaruh positif kepada masyarakat sekitar mereka tentang urgensi membayar pajak.

Dalam hal ini pemuda menjadi fasilitator di masyarakat. Fasilitator yang dimaksud adalah bagaimana semestinya mahasiswa bisa menggali potensi masyarakat tentang pengetahuan mengenai perpajakan. Jika potensi pengetahuan akan pajak meningkat maka akan menumbuhkan kesadaran dan kepatuhan seorang wajib pajak untuk membayar pajak. Kesadaran dan kepatuhan membayar pajak memiliki dampak positif dalam kehidupan bernegara.

Jika masyarakat sadar dan patuh untuk membayar pajak maka akan mendapat balasan dari pemerintah. Meskipun balasan yang diberikan oleh pemerintah tidak dapat dirasakan langsung oleh individu tetapi balasan atau hasil dari membayar pajak yang diberikan pemerintah sangat berpengaruh penting dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai macam balas jasa dari pajak yaitu, jalan tol, jembatan, rumah sakit, sekolah, dan lain sebagainya. Selain itu, dengan balasan yang diberikan atas pembayaran pajak juga berupa subsidi. Maka bisa dikatakan pajak sangat bermanfaat juga untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat. Dampak dari pajak tidak hanya dirasakan oleh masyarakat saja tetapi juga oleh pemerintah. Oleh sebab itu, kesadaran masyarakat akan pajak penting bagi pemerintah, dan juga masyarakat.

Jadi, edukasi mengenai perpajakan sangat diperlukan oleh pemuda sejak sedini mungkin. Di era yang serba teknologi sekarang diharapkan agar tidak ada lagi pemuda yang buta akan masalah pajak. Dengan demikian, edukasi ini memiliki manfaat besar jika dilakukan dengan cara dan sasaran yang tepat agar terciptanya optimalisasi kesadaran untuk membayar pajak di berbagai kalangan.

4.2 Peran *social media* dalam edukasi perpajakan di era *new normal*

Saat ini kita memasuki kegidupan di era yang serba digital. Perkembangan informasi pun dapat diketahui dengan cepat melalui *social media*. *Social media* sangat banyak membantu kita dalam kehidupan sehari-hari. Keberadaan media sosial ini juga membantu kita untuk mencari informasi yang akurat dan dari sumber terpercaya. Media sosial merupakan sebuah *platform* yang terkoneksi secara online, dimana pengguna nya bisa dengan sangat mudah untuk membuat sebuah karya atau konten baik yang bersifat hiburan maupun yang mengedukasi. Sebagai pemuda yang milenial kehadiran sebuah platform media sosial ini sangat berguna didalam melakukan aktivitas. Dengan media sosial bisa berbagi informasi baik dengan keluarga, tetangga, masyarakat di dalam daerah maupun diluar daerah bahkan sampai ke mancanegara. Sosial media zaman sekarang bukan lagi sekedar *platform* yang hanya dikuasai oleh pemuda tetapi juga telah dikuasai oleh berbagai kalangan usia. Pada saat ini pandemic covid-19 memang belum selesai, namun saat ini telah dibuat scenario tatanan *new normal* (kenormalan baru). Kebijakan *new normal* ini juga masih mengharuskan semua kalangan untuk tetap menjaga jarak dan senantiasa menjaga protokol Kesehatan.

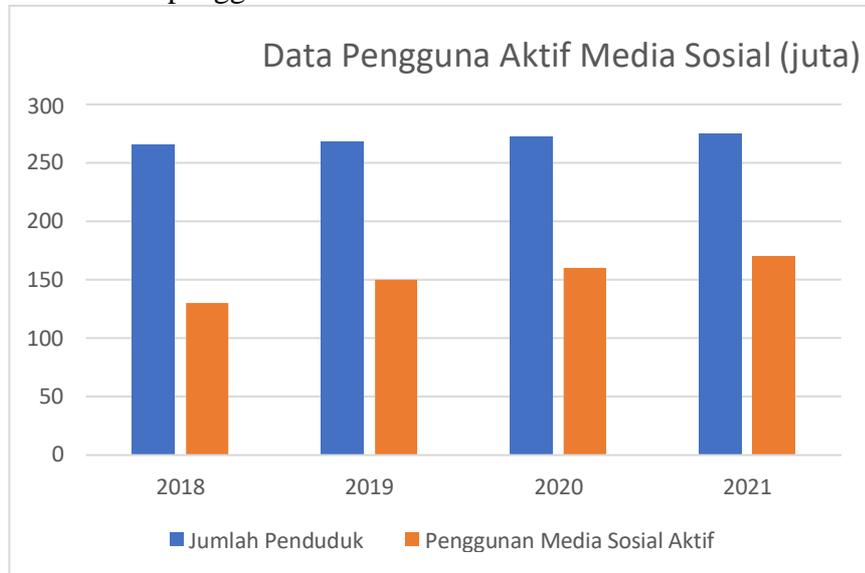
Oleh karena itu, banyak dari masyarakat juga masih mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi utama. Edukasi perpajakan melalui media sosial saat ini merupakan cara yang tepat dimasa *new normal* ini. Edukasi perpajakan ini bisa dilakukan diberbagai media sosial seperti, facebook, twitter, Instagram, WhatsApp, telegram, tik-tok, youtube, dan berbagai macam aplikasi sosial media lainnya. Penyebaran mengenai edukasi perpajakan di media sosial bisa dilakukan dengan membuat konten mengenai apaitu pajak, untuk siapa pajak, manfaat pajak, dan bahkan tata cara pembayaran pajak. Semua informasi tersebut bisa di akses melalui akun resmi Direktorat Resmi Jenderal Pajak (DJP). Selain itu jika pemuda telah mengerti banyak hal mengenai perpajakan, maka peran pemuda juga sangat dibutuhkan untuk mensosialisasikan edukasi perpajakan ini ditengah *era new normal*.

Para pemuda di seluruh Indonesia bisa membuat sebuah forum yang mana forum tersebut sebagai wadah untuk membantu pemerintah mengedukasikan mengenai perpajakan. Forum tersebut akan dibentuk dan melakukan *open recruitment* bagi pemuda yang ingin bergabung sebagai volunteer aksi peduli pajak. Tugas dari volunteer aksi peduli pajak ini ialah membuat konten menarik seputaran pajak di berbagai aplikasi media sosial dan bahkan membantu wajib pajak untuk membayar pajak, melaporkan SPT dan lain sebagainya.

Media sosial dipilih sebagai media utama untuk mengedukasikan perpajakan dikarenakan masyarakat di berbagai kalangan usia saat ini sangat tergantung kepada media sosial, dan dalam satu hari tidak mungkin rasanya jika tidak membuka media sosial. Selain itu, dengan

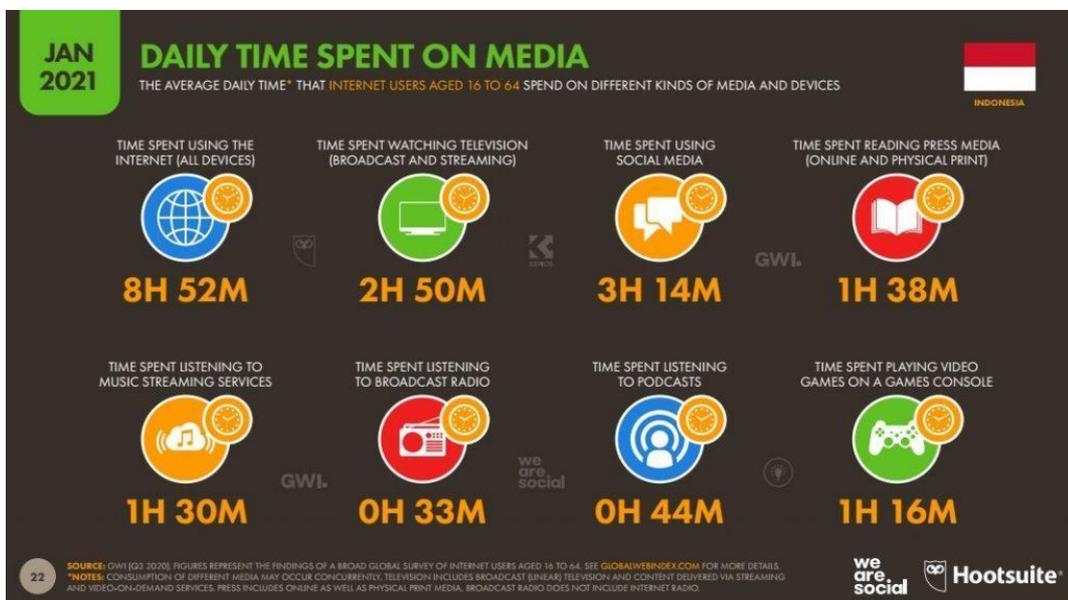
kekuatan media sosial biasanya informasi akan cepat tersebar ke semua kalangan masyarakat hanya dalam beberapa detik saja.

4.2.1 Grafik penggunaan media sosial



Sumber: *wearesocial.com*

Dari grafik diatas menunjukkan terjadinya penambahan pengguna media sosial setiap tahunnya. Pengguna media sosial aktif hampir mencapai setengah dari penduduk di Indonesia. Maka dari garfik tersebut bisa disimpulkan jika edukasi perpajakan melalui media sosial membuka peluang untuk upaya peningkatan kesadaran pajak.



Sumber: *hootsuite (Indonesia Digital Report 2021)*

- (Hootsuite: Digital 2021 Indonesia , 2021) Rata-rata setiap hari waktu menggunakan internet melalui perangkat apa pun: 8 jam, 52 menit.
- Rata-rata setiap hari waktu melihat televisi (broadcast, streaming dan video tentang permintaan): 2 jam, 50 menit.

- Rata-rata setiap hari waktu menggunakan media sosial melalui perangkat apa pun: 3jam, 41 menit.
- Rata-rata setiap hari waktu menghabiskan mendapatkan musik: 1 jam, 30 menit.
- Rata-rata setiap hari waktu bermain game: 1 jam, 16 menit.



Sumber: hootsuite (Indonesia Digital Report 2021)

- (Hootsuite: Digital 2021 Indonesia , 2021) Total Populasi (jumlah penduduk): 7,83 milyar
- Pengguna Mobile Unik: 5,22 milyar (66,6% dari jumlah populasi di dunia)
- Pengguna Internet: 4,66 milyar (59,5% dari jumlah populasi di dunia)
- Pengguna Media Sosial Aktif: 4,20 milyar (53,6% dari jumlah populasi di dunia)



Sumber: hootsuite (Indonesia Digital Report 2021)

- (Hootsuite: Digital 2021 Indonesia , 2021) Total Populasi (jumlah penduduk): 274,9 juta
- Pengguna Mobile Unik: 345,3 juta (125,6% dari jumlah populasi di Indonesia)
- Pengguna Internet: 202,6 juta (73,7% dari jumlah populasi di Indonesia)
- Pengguna Media Sosial Aktif: 170 juta (61,8% dari jumlah populasi di Indonesia)

Dari penjelasan data - data penggunaan internet diatas dapat diartikan bahwa penggunaan sosial media telah menjadi rutinitas bagi masyarakat indonesia, selain itu Indonesia menempati setengah dari populasi orang di dunia yang menggunakan social media dan lebih kurang 60% dari populasi masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif media social. Melihat begitu besar jumlah pengguna media social di Indonesia menandakan bahwa media social merupakan platform yang paling startegis digunakan untuk edukasi perpajakan dan diharapkan untuk kedepannya nanti masyarakat terutama para pemuda akan lebih sadar pentingnya membayar pajak demi kemakmuranbersama.

Jadi, dengan adanya media sosial semua pihak baik dari pemerintah ataupun masyarakat sama-sama terbantu. Misalnya jika ada masyarakat yang ingin melaporkan SPT bisa melalui media sosial dari DJP (Direktorat Jendral Perpajakan) atau melalui volunter peduli pajak. Dengan terciptnya kemudahan dalam urusan pajak maka akan menciptakan masyarakat yang melek akan pajak. Sehingga segala sesuatu hal dalam pembangunan ekonomi pun bisa berjalan dengan semestinya. Indonesia menjadi negara peduli pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada umumnya masyarakat Indonesia masih belum mempercayai adanya pajak, sehingga kesadaran untuk membayar pajak masih rendah. Hal ini menunjukkan dari tahun ke tahun jumlah wajib pajak terus meningkat, namun peningkatan pembayaran pajak tidak sebanding dengan jumlah wajib pajak yang besar. Dari pernyataan di atas dapat dilihat bahwa kurangnya kesadaran wajib pajak perlu segera diatasi untuk mencapai stabilitas ekonomi. Kesadaran pajak dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk melalui sistem pendidikan.

Oleh karena itu, pendidikan pajak ini sangat penting bagi generasi muda untuk menjadi sadar akan pentingnya pajak bagi diri mereka sendiri sehingga dapat memberikan pengaruh positif bagi masyarakat di sekitarnya terhadap urgensi membayar pajak. Ketika masyarakat sadar dan patuh membayar pajak, mereka akan mendapat respon dari pemerintah. Sementara individu tidak secara langsung merasakan imbalan dari pemerintah, imbalan atau hasil pembayaran pajak pemerintah sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, kesadaran masyarakat akan pajak menjadi penting baik bagi pemerintah maupun masyarakat.

Media sosial adalah platform online yang terhubung di mana pengguna dapat dengan mudah membuat karya atau konten yang menghibur dan mendidik. Media sosial tidak lagi hanya menjadi platform yang hanya dikuasai oleh anak muda, tetapi juga oleh berbagai kelompok umur. Edukasi pajak dapat disebarluaskan di media sosial dengan membuat konten tentang pajak, untuk siapapajak, pembebasan pajak, bahkan tata cara pembayaran pajak. Pemuda Indonesia dapat mendirikan sebuah forum dimana forum tersebut merupakan wadah untuk membantu pemerintah dalam meningkatkan kesadaran tentang pajak.

Forum tersebut membentuk dan melakukan rekrutmen terbuka bagi kaum muda yang ingin menjadi sukarelawan untuk kampanye keringanan pajak. Tugas penasihat pajak sukarelawan ini adalah membuat konten pajak yang menarik di berbagai aplikasi media sosial dan bahkan membantu pembayar pajak membayar pajak, mengajukan pengembalian pajak, dll. Media Sosial dipilih sebagai sarana utama untuk penilaian pajak karena orang-orang dari segala usia saat ini sangat bergantung pada media sosial dan tidak mungkin untuk membuka media sosial dalam satu hari. Kemudian dari grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa pendidikan pajak melalui jejaring sosial membuka peluang bagi upaya peningkatan kesadaran pajak. Jadi, dengan adanya jejaring sosial, semua pihak baik pemerintah maupun masyarakat mendapat bantuan yang sama. Misalnya, jika ada masyarakat yang ingin menyampaikan SPT, bisa menggunakan jejaring sosial DJP (Ditjen Pajak) atau melalui sukarelawan pajak.

5.2 Saran

Kesadaran pajak hendaknya di terapkan sejak sedini mungkin. Pemuda sangat berperan penting dalam peningkatan kesadaran pajak di masyarakat. Melalui edukasi berbasis media sosial diharapkan agar masyarakat akan lebih patuh terhadap sistem perpajakan. Oleh karena itu, sangat diperlukan Kerjasamayang baik antara pemuda dan pemerintah. Dengan terjadinya kerjasam anatar pemuda dan pemerintah maka perpajakan di Indonesia akan terus berjalan lancarmeskipun di tengah era *new normal*.

DAFTAR PUSTAKA

- Made Revi Armana (2020, Oktober). Peranan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kesadaran Pajak. Diakses pada 16 Oktober 2021, dari <https://www.pajakku.com/read/5ef420d7f2d4d8683c985ae8/Peranan-Media-Sosial-Dalam-Meningkatkan-Kesadaran-Pajak>
- Databooks (2019). Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia?. Diakses pada 16 Oktober 2021, dari <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Cantika Adinda Putri (2020, 27 July). Membedah Setoran Pajak Saat Pandemi. Diakses pada 16 Oktober 2021, dari https://www.google.co.id/amp/s/www.cnbcindonesia.com/news/20210727_140757-4-264004/membedah-setoran-pajak-saat-pandemi-dari-19-sampai-positif/amp
- Heru Yulianto (2021, Agustus). Mewujudkan Generasi Muda Sadar Pajak. Diakses pada 16 Oktober 2021, dari <https://www.google.co.id/amp/s/www.pajak.com/pajak/patur-2021-mewujudkan-generasi-muda-sadar-pajak/amp/>
- Sri Sayekti (2020, 30 Juni). Keluhan Wajib Pajak di Era New Normal. Diakses pada 16 Oktober 2021, dari <https://www.google.co.id/amp/s/amp.kontan.co.id/news/keluhan-wajib-pajak-di-era-new-normal>
- Simon Kemp (2021, 11 February). Digital 2021 : Indonesia, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Trihadi waluyo (2020). PEMERIKSAAN TERHADAP WAJIB PAJAK YANG TIDAK

MENYAMPAIKAN SPT, KETENTUAN DAN PEMILIHANNYA. Diakses pada 17 oktober 2021, dari [file:///C:/Users/user/Downloads/576-Article%20Text-4778-1-10-20210614%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/576-Article%20Text-4778-1-10-20210614%20(2).pdf)

Direktorat jendral Pajak (2019, 31 Dember). LAPORAN TAHUNAN DJP2019. Diakses pada 17 Oktober 2021, dari <https://www.pajak.go.id/sites/default/files/2020-12/Laporan%20Tahunan%20DJP%202019%20-%20INDONESIA.pdf>

Direktorat jendral Pajak (2020, 31 Dember). LAPORAN TAHUNAN DJP2020. Diakses pada 17 Oktober 2021, dari <https://pajak.go.id/sites/default/files/2021-10/Laporan%20Tahunan%20DJP%202020%20-%20Bahasa.pdf>

CNN Indonesia (2021, 04 Mei) 12,48 Juta Wajib Pajak Lapor SPT per 30April 2021. Diakses pada 17 Oktober 2021, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210504095313-532-638188/1248-juta-wajib-pajak-lapor-spt-per-30-april-2021>

Mardiasmo. 2011. "Perpajakan Edisi Revisi". Yogyakarta: Andi.

Agung, Mulyo. 2014. Perpajakan Indonesia. Lentera Ilmu Cendekia

Nurmantu, Safri. 2005. Pengantar Perpajakan Ed.3. Jakarta: Granit

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum danTata Cara Perpajakan beserta perubahannya

Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2000 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum

Koentjaraningrat, S.1997. Metode Penelitian Masyarakat. Jakarta: PT.Gramedia.

Taufik Abdullah (1974), Pemuda dan Perubanhlan Sosial, Jakarta: PTPustaka LP3ES Indonesia.

Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya danSosioteknologi. Bandung: Simbiosia Rekatama Media

Suharsimi. (2006:130), Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.Bandung: PT. Rineka Cipta Bangun.