

IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENGENAAN PAJAK ATAS PENGHASILAN YOUTUBER DALAM UPAYA OPTIMALISASI PENERIMAAN PAJAK DI KANTOR PUSAT DIREKTORAT JENDERAL PAJAK TAHUN 2020 s.d 2022

Winda Wulandari¹, Fira Yulianti^{2*}

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Indonesia

Email : windawulandari1904@gmail.com¹, firayulianti24@gmail.com²

*Corresponding Author

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords

Implementation, Income Tax,
Revenue Youtuber tax

The phenomenon of internet development has spread to all corners of the world including Indonesia and is growing rapidly along with the increasing number of internet users. In this case income from the internet, namely YouTube, has quite a big influence on state tax revenues. However, the imposition of taxes on YouTuber income is not yet optimal. So this research has the aim of knowing and analyzing the implementation of taxation policies on YouTuber income in an effort to optimize tax revenue. There are inhibiting and encouraging entities. This research method uses a qualitative type of descriptive approach. Data collection techniques were carried out by means of observation, interviews and documentation. The results of the study show that the imposition of tax on YouTuber income has not run optimally because there are no specific regulations regarding the imposition of YouTuber income tax. The inhibiting entities are the lack of continuous socialization, the difficulty of getting YouTuber data and the absence of collaboration with Google. The driving entities are optimizing socialization, working with third parties, the social network analytics system (SONETA), and the Account Representative (AR) approach

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dari masa ke masa terus berkembang ke arah yang lebih canggih. Saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi yang sangat pesat telah menyebabkan globalisasi. Adanya teknologi satelit, computer, dan internet mempunyai dampak besar di kehidupan manusia dari berbagai aspek. Internet seolah akan membuat dunia baru bagi manusia yang menggunakannya dan menjadi dunia kedua setelah adanya internet. Fenomena perkembangan internet ini telah menyebar ke seluruh penjuru dunia dan di Indonesia berkembang pesat seiring pengguna internet yang semakin banyak. Hampir semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja dan lansia sekalipun sudah tidak asing lagi dengan teknologi internet. Hal ini mempermudah semua orang dalam mencari informasi dan hiburan. Sebagai contoh platform media sosial yang dapat diakses untuk mencari informasi dan hiburan adalah Youtube

Youtube merupakan platform yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia, yang diciptakan oleh ex-karyawan PayPal yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada bulan Februari 2005. Hal ini bisa dilihat pada laporan platform survei Jakpat, yang merupakan aplikasi mobile survey online nomor 1 Indonesia. Hasilnya terdapat bahwasannya salah satu media sosial

yang sering digunakan masyarakat Indonesia tahun 2020 sebanyak 83% dan ditahun 2021 sebanyak 82% responden yang menggunakan youtube mengalahkan facebook. Sehingga dapat dikatakan bahwa youtube menjadi media sosial yang paling banyak diakses. Youtube merupakan tempat atau sarana yang baik untuk berbagi video dari seluruh dunia. Dalam hal ini memunculkan profesi baru yang menggiurkan yaitu sebagai youtuber. Youtuber merupakan istilah yang biasa disebutkan kepada content creator atau pembuat konten yang mengupload vidionya ke channel youtube dan dijadikan sumber penghasilan. Penghasilan youtuber tidak hanya dari satu sumber tetapi dari beberapa sumber yaitu dari banyaknya subscriber dan viewers, Google AdSense, affiliate marketing, penjualan produk atau jasa, endorsement, dan bisa berkerja sama dengan suatu brand. Bahkan ada juga sumber penghasilan yang muncul baru-baru ini yaitu berupa video eksklusif berbayar dari youtuber untuk penontonnya.

Oleh karena itu youtuber menjadi salah satu profesi yang banyak diminati semua kalangan. Semuanya tergantung jumlah view yang didapatkan di video mereka, iklan yang ditonton, skala target audiens, hingga popularitas channelnya. Berikut daftar youtuber Orang Pribadi yang ada di Indonesia. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memberlakukan pengenaan pajak bagi youtuber sesuai Undang- Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan (PPh) dan ketentuan terbaru PPh dalam Undang-Undang Harmonisasi Perpajakan. Mengatur tetang subjek dan bukan subjek, objek dan bukan objek serta tarif penghasilan kena pajak menyebutkan bahwa yang membayar pajak adalah wajib pajak. Sehingga perlunya peran Direktorat Jenderal Pajak untuk mengawasi dan mengantisipasi ketidakpatuhan wajib pajak youtuber. Berikut data presentase tingkat penerimaan Pajak Penghasilan (PPh) dan presentase tingkat kepatuhan wajib pajak tahun 2019 s.d 2021.

Tabel 1.1
 Persentase Tingkat PenerimaanPajak Penghasilan (PPh)
 Tahun 2019 s.d 2021

No	Tahun	Target	Realisasi	Presentasi Proporsi
1.	2019	Rp 817.496.092.218	Rp 701.956.990.542	90%
2.	2020	Rp 626.977.982.906	Rp 599.521.189.210	87%
3.	2021	Rp 626.257.359.989	Rp 689.990.467.908	110%

Sumber : Direktorat Jenderal Pajak (2022)

Tabel I. 2
 Persentase tingkat kepatuhan penyampaian SPT Orang PribadiNon-Karyawan
 Tahun 2019 s.d 2021

No.	Tahun	Persentase Tingkat Kepatuhan
1.	2019	75,93%
2.	2020	52,44%
3.	2021	45,53%

Sumber : Direktorat Jenderal Pajak (2022)

Berdasarkan data tabel 1.1 persentase tingkat penerimaan Pajak Penghasilan (PPh) pada tahun 2019 ke 2020 mengalami penurunan penerimaan dimana presentase dari 90% ke 87%, namun ditahun 2021 presentase penerimaan meningkat dari tahun 2020 yakni sebesar 110% dengan target yang sangat tinggi dari tahun-tahun sebelumnya. Persentase tingkat penerimaan pajak penghasilan belum mencapai target yang telah ditetapkan. Tabel 1.2 menunjukkan masih banyak wajib pajak orang pribadi yang tidak patuh dalam penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT). Sehingga

dapat diartikan bahwasannya dalam tingkat penerimaan wajib pajak dalam hal pelaporan masih tergolong rendah dan belum maksimal. Pemerintah dan Direktorat Jenderal Pajak berperan sangat penting dalam implementasi kebijakan perpajakan terhadap youtuber. Usaha untuk meminimalisir tindakan yang tidak patuh membayar pajak sudah dilakukan dengan memberikan Surat Pemberitahuan Pajak dan inovasi yang mengikuti perkembangan teknologi dengan menciptakan suatu sistem yaitu Social Network Analytics (SONETA). SONETA ini digunakan untuk mengawasi penghasilan di platform media sosial tertentu secara otomatis.

Namun ternyata pengenaan pajak terhadap wajib pajak khususnya youtuber memiliki kesulitan tersendiri yang dihadapi oleh Pemerintah dan Direktorat Jenderal Pajak, karena banyak wajib pajak khususnya youtuber yang tidak patuh dalam membayar pajak. Sosialisasi dan edukasi yang kurang menjadi alasan wajib pajak youtuber tidak memenuhi kewajiban perpajakannya. Karena belum adanya kebijakan yang jelas terhadap pengenaan pajak atas penghasilan youtuber maka metode untuk perhitungan Pajak Penghasilan untuk youtuber merujuk pada Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 Tentang Norma Perhitungan Penghasilan Neto. Berdasarkan Lampiran I peraturan Direktorat Jenderal Pajak tersebut, penghasilan pajak youtuber dapat masuk ke dalam dua kategori yaitu: (1) Kegiatan hiburan, seni, dan aktivitas lainnya memiliki besaran norma yakni 35%. (2) Pekerja seni memiliki besaran norma 50%. Berdasarkan penelitian data-data sebelumnya maka terdapat permasalahan sebagai berikut ; Peningkatan profesi youtuber di Indonesia; belum adanya badan hukum yang secara khusus mengatur pengenaan pajak atas penghasilan youtuber ; belum maksimalnya pengenaan penerimaan perpajakan atas pajak penghasilan youtuber, karena keterbatasan disetiap orang pribadi dan sulitnya mendapat data youtuber.

Berdasarkan kronologi latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam terkait dengan fenomena diatas sehingga menarik judul **“Implementasi Kebijakan Pengenaan Pajak Atas Penghasilan Youtuber Dalam Optimalisasi Penerimaan Pajak Di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2020 s.d 2022”**.

KAJIAN PUSTAKA

1. **Administrasi** : Anggara (2016) mengemukakan bahwa :“ Administrasi secara luas merupakan proses serangkaian kegiatan kerja utama yang dilakukan secara fleksibel oleh sekelompok orang yang dipadukan dengan suatu model pembagian kerja untuk mencapai tujuan tertentu dan tujuan secara wajar, efektif dan efisien. Menurut Irham Fahmi (2015:1) dalam bukunya pengantar Ilmu Administrasi yaitu “administrasi merupakan bangunan hubungan yang tertata secara sistematis yang membentuk sebuah jaringan yang saling bekerjasama satu sama lainnya untuk mendukung terwujudnya suatu mekanisme kerja yang tersusun dan mencapai tujuan yang diharapkan”.
2. **Administrasi Publik** : Menurut Pasolong (2012:57) Menjelaskan :” Administrasi publik adalah kerjasama yang dilakukan oleh sekelompok orang atau lembaga dalam melaksanakan tugas-tugas pemerintahan dalam memenuhi kebutuhan publik secara efisien dan efektif”. Yeremias T. Keban (2019:2) mengatakan: Administrasi adalah suatu proses yang dinamis dan berkesinambungan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu melalui pertukaran sumber daya manusia atau material melalui koordinasi dan kerjasama.
3. **Administrasi Pajak** : Menurut Pohan (2014:93) administrasi pajak dalam arti sempit adalah pelayanan dan kegiatan ketatausahaan mencakup kegiatan catat-mencatat dan pembukuan ringan, korespondensi, kesekretariatan, penyusunan laporan, dan kearsipan terhadap kewajiban-kewajiban dan atau hak-hak wajib pajak.

4. **Pajak** : Menurut Soemitro (Mardiasmo,2019:3) “Pajak adalah iuran 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 Feldmann (Resmi,2016:2) Pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (menurut norma-norma yang ditetapkannya secara umum), tanpa adanya kontraprestasi, dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum.
5. **Pajak Penghasilan** : Menurut Undang-Undang No.36 Tahun 2008 Pajak Penghasilan yaitu pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak atas objek pajak dalam hal ini adalah penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam tahun pajak. Menurut Resmi (2017: 70) Pajak Penghasilan adalah Pajak yang dikenakan terhadap Subjek Pajak atas Penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam satu tahun pajak.
6. **Implementasi Kebijakan** : Menurut Agustino (2016) Implementasi kebijakan adalah merupakan proses peraturan dalam bentuk tindakan sehingga dalam pelaksanaan implementasi kebijakan bisa dikatakan sebagai suatu proses yang sangat kompleks dan bermuatan politis karena adanya pengaruh dari berbagai kepentingan. Sedangkan menurut Van Meter dan Van Horn dalam Budi (Winarno, 2016) “implementasi kebijakan merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu-individu atau kelompok-kelompok yang diarahkan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam keputusan-keputusan sebelumnya.”
7. **Youtube** : Menurut Sianipar (2013) youtube ialah sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat membantu. Youtube mempunyai fungsi untuk mencari suatu informasi video atau melihat video secara langsung. Menurut Gede Lingga (2019:264) menegaskan bahwa pada dasarnya, youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip musik dari musisi tertentu, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah Metodologi Kualitatif karena pada umumnya akan menggunakan pemeriksaan dan eksplorasi yang dipimpin melalui penelitian dan pertemuan langsung. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada pengumpulan, analisis, dan interpretasi data berbentuk narasi serta visual (bukan angka) untuk memperoleh pemahaman mendalam dari fenomena tertentu. Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak Unit yang beralamat di Kav. 40-42, Jl. Gatot Subroto No.7, RT.7/RW.1, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190. Adapun waktu dan proses pengajuan proposal, pengajuan penelitian, pengumpulan data, wawancara, hingga penulis skripsi ini selesai, yaitu dilakukan selama 5 bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. **Implementasi Kebijakan Pengenaan Pajak Atas Penghasilan Youtuber Dalam Upaya Optimalisasi Penerimaan Pajak di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2020 – 2022.**

Terkait implementasi kebijakan pengenaan pajak atas penghasilan youtuber dalam upaya optimalisasi penerimaan pajak di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak ini, peneliti menggunakan 6 indikator implementasi kebijakan dari teori Van Meter dan Van Horn dalam Budi (Winarno, 2016) yaitu sebagai berikut:

1) Standar kebijakan dan sasaran program

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan peneliti dapat disimpulkan bahwasannya masih belum ada peraturan khusus yang mengatur tentang pajak penghasilan youtuber sehingga masih menggunakan ketentuan PPh secara umum dan dalam proses mendalami atau mengkaji pengenaan pajak youtuber. Sehingga menimbulkan perbedaan mengenai dasar pengenaan pajak, aturan, dan tarif pengenaan pajak. Hal ini seperti pernyataan Van Meter dan Van Horn (Winarno, 2016) yaitu menilai sejauh mana standar dan sasaran kebijakan telah direalisasikan. Saat melakukan studi implementasi, tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran suatu program yang akan dilaksanakan harus diidentifikasi dan ditetapkan karena implementasi tidak dapat berhasil apabila standar dan sasaran tidak dipertimbangkan

2) Sumber Daya

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan peneliti dapat disimpulkan tidak ada sistem pengawasan khusus bagi youtuber dan belum ada kerjasama dengan youtube atau google hanya pengawasan terkait perolehan data-data youtuber dari pihak ketiga. Penggalan potensi dan pengawasan seperti melakukan edukasi, sosialisasi, dan langsung berhubungan dengan wajib pajak youtuber namun penunjukan pengenaan pajak youtuber masih tahap perencanaan, sehingga dalam pelaksanaan pengenaan pajak atas penghasilan yang diterima oleh youtuber masih belum optimal. Hasil penelitian ini memberikan hasil yang sama dengan hasil penelitian (Liska Kamaldan Manita Hidayati, 2023) yaitu menunjukkan pada penerapan yang dijalankan memberikan ketentuan undang-undang yang lebih jelas dan melakukan Kerjasama dengan pihak google maupun youtube.

3) Komunikasi antar organisasi terkait dan kegiatan-kegiatan pelaksana

Berdasarkan wawancara mengenai komunikasi antar organisasi terkait implementasi kebijakan pajak penghasilan terhadap youtuber yaitu sosialisasi sudah dilakukan namun belum sosialisasi secara khusus untuk youtuber. Sosialisasi yang dilakukan seperti melalui media sosial, memberikan penyuluhan dan pengetahuan dengan pendekatan persuasif dan personal agar wajib pajak khususnya youtuber sadar akan taat pajak namun belum ada kerja sama dengan pihak Google AdSense.

4) Karakteristik organisasi pelaksana

Berdasarkan hasil wawancara belum ada peraturan atau SOP secara khusus terkait pengenaan pajak atas penghasilan youtuber. Masih dengan peraturan umum dan masuk kategori pekerjaan bebas dengan menggunakan tarif NPPN. Dalam pelaksanaannya masih terdapat wajib pajak youtuber yang belum mengetahui tata cara dan penyetoran pajak oleh karena itu pengenaan pajak youtuber masih belum efektif dan efisien

5) Lingkungan sosial, ekonomi dan politik

Berdasarkan hasil wawancara terdapat dukungan dari pihak internal dan pihak eksternal. Dukungan pihak internal yaitu memperoleh hasil mengenai kebijakan atau peraturan sedangkan dukungan pihak eksternal yaitu memperoleh data dan informasi penghasilan youtuber. Berdampak positif apabila wajib pajak menjalankan kewajiban perpajakannya yaitu dapat meningkatkan penerimaan Negara dalam perekonomian maupun pembangunan. Berdampak negatif apabila tidak menjalankan kewajiban perpajakannya maka pendapatan Negara dari pengenaan pajak penghasilan atas youtuber sedikit dan tidak

optimal. Oleh karena itu pemerintah atau Direktorat Jenderal Pajak terus berupaya mengoptimalkan dan mencari solusi terhadap pengenaan pajak youtuber serta komitmen wajib pajak youtuber dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

6) Sikap para pelaksana atau disposisi

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa sikap atas pemberlakuan kebijakan pengenaan pajak penghasilan atas youtuber. Sikap Direktorat Jenderal Pajak yaitu dalam merespon adanya potensi yang cukup besar dari penerimaan pajak penghasilan atas youtuber dan diharapkan mampu menjadi panutan kepada subscribarnya dalam hak dan kewajiban perpajakan. Sikap wajib pajak youtuber yaitu segera membuat peraturan khusus yang jelas mengenai pengenaan pajak penghasilan atas youtuber. Karena belum adanya peraturan khusus yang jelas sehingga tidak setuju dengan perhitungan pajak penghasilan youtuber yang diatur dalam Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015.

2. Entitas Penghambat dalam Mengimplementasikan kebijakan pengenaan pajak atas penghasilan youtuber.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa hambatan atau kendala yang terjadi pada implementasi kebijakan pengenaan pajak penghasilan atas youtuber mempunyai hambatan dari Faktor Internal dan Eksternal. Entitas Penghambat Pengenaan Pajak atas Youtuber Faktor Internal Tidak adanya kebijakan khusus dan kurangnya sosialisasi dan edukasi dari DJP terhadap wajib pajak. Entitas Penghambat Pengenaan Pajak atas Youtuber Faktor Eksternal yaitu sulitnya mendapatkan data youtuber dan Tingkat kesadaran wajib pajak youtuber masih tergolong rendah.

3. Entitas Pendorong atau Upaya yang telah dilakukan Direktorat Jenderal Pajak dalam optimalisasi penerimaan atas penghasilan youtuber.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti terdapat Upaya dari Faktor Internal dan Eksternal untuk mengatasi hambatan yang telah dihadapi untuk mengoptimalkan penerimaan pajak penghasilan atas youtuber.

Upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk mengoptimalkan penerimaan pajak penghasilan atas youtuber dari Faktor Internal ; 1). Mengoptimalkan Sosialisasi. Sosialisasi perpajakan merupakan salah satu upaya dari Direktorat Jenderal Pajak dalam memberikan sosialisasi, edukasi, pemahaman, dan penyuluhan kepada wajib pajak mengenai hak dan kewajiban perpajakan dan Perundang-Undangan melalui media sosial atau pendekatan personal. 2). Bekerjasama dengan berbagai pihak. Dalam proses penggalian potensi penerimaan pajak penghasilan atas youtuber, pemerintah dan Direktorat Jenderal Pajak bekerjasama dengan pihak ketiga untuk memperoleh data dan informasi penghasilan youtuber mulai dari pihak internal maupun eksternal. Namun Upaya lain yang perlu di diskusikan Direktorat Jenderal Pajak yaitu dapat bekerjasama dengan Google.

Upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk mengoptimalkan penerimaan pajak penghasilan atas youtuber dari Faktor Eksternal ;1). Social Network Analytics System(SONETA). Pemerintah khususnya Direktorat Jenderal Pajak sebaiknya terus melakukan proses pengembangan terhadap Social Network Analytics System(SONETA) agar segera bisa melaksanakan pengawasan wajib pajak dari platform media sosial dan memudahkan petugas

pajak melakukan suatu tindakan di seluruh Indonesia. 2). Penggalian Potensi Oleh Account Representative (AR)

KESIMPULAN

1. Implementasi Kebijakan Pengenaan Pajak atas Penghasilan Youtuber Dalam Upaya Optimalisasi Penerimaan Pajak Di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak belum berjalan dengan maksimal karena sampai saat ini belum ada aturan dan tarif pajak khusus youtuber. Sehingga menimbulkan perbedaan mengenai dasar pengenaan pajak, aturan, dan tarif pajakyoutuber.
2. Entitas Penghambat Pengenaan Pajak atas Penghasilan yaitu sulitnya mendapat data-data dan informasi terkait wajib pajak youtuber atau bahan pembanding untuk mengawasi setiap wajib pajak menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah maupun Direktorat Jenderal Pajak serta kesadaran wajib pajak khususnya youtuber masih tergolong rendah.
3. Entitas Pendorong atau Upaya yang telah dilakukan Direktorat JenderalPajak dalam mengoptimalisasikan penerimaan pajak atas penghasilan youtuber yaitu melihat adanya potensi cukup besar dari penerimaan pajak youtuber. Upaya yang telah dilakukan yaitu dengan sosialisasi melalui media sosial dan pendekatan langsung kepada wajib pajak serta melaksanakan pengawasandengan Social Network Analytics System(SONETA) dan pendekatan Account Representative (AR)di seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggara, Sahya. 2016. Ilmu Administrasi Negara: Kajian Konsep, Teori, dan Fakta dalam Upaya Menciptakan Good Governance. Bandung: Pustaka Setia/
- Pohan, Anwar C. 2014. Pembahasan Komprehensif Perpajakan Indonesia Teori dan Konsep Hukum Pajak. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mardiasmo. (2018). Perpajakan Edisi Tahun Revisi Tahun 2018. Yogyakarta: Penerbit Medpress Digital
- Mardiasmo. 2019. Perpajakan, Edisi Edisi 2019. Yogyakarta: Andi
- Pasolong. 2012. Teori Administrasi Publik. Bandung: Alfabeta
- Resmi, Siti. 2016. Perpajakan: Teori dan Kasus. Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat
- Sianipar, A. P. (2013). Pemanfaatan youtube di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW*, 2(3), 1–10. Retrieved from <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/9930/4418>
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Anita Carolina dan Inayati (2021). Analisis Strategi Pemerintah Dalam Upaya Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Youtuber Di Indonesia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* p-ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398 Vol. 6, No. 2, Februari 2021.
- Lestari, A. D., Nurmantu, S., & Vikaliana, R. 2019. Analisis Pelaksanaan Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Youtubers Pada Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2018. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 6(2), 144-162.
- Ni Putu Suci Vikansari dan I Wayan Parsa. 2019. Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Youtubers Sebagai Pelaku Influencer di Platform Media Sosial Youtube. *EJurnal Universitas Udayana* Vol. 7 No. 1, Maret 2019
- Wawan Susilo. 2020. Yuridis Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Youtuber Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan (PPh). *Jurnal Universitas Panca Marga* Vol. VIII No.01 Maret 2020.

Undang-Undang :

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.

Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-17/PJ/201 tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto.

Internet :

Daftar nama youtuber dengan subsiber tertinggi di Indonesia. www.socialblade.com. Diakses tanggal 08 April 2023

Indonesia Social Media Trend 2020. JAKPAT Special Report - 1stSemester of 2020 <https://blog.jakpat.net/indonesia-social-media-trend-1st-semester-of-2020-jakpat-survey-report-free-version/>. Diakses tanggal 07 April 2023

Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Pajak. <https://pajak.go.id/id>. Diakses tanggal 27 Mei 2023