

# Analisis Efektivitas Edukasi Perpajakan bagi Generasi Milenial melalui Media Sosial Instagram dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak (Studi Kasus di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat II)

Fahrul Anwar Syadat <sup>1\*</sup>, Raden Kusyeni <sup>2</sup>, Erfa Fauziah <sup>3</sup>

<sup>1, 2, 3</sup> Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup> fahrul\_stiami@yahoo.co.id

\* corresponding author

## ARTICLE INFO

### Keywords :

Effectiveness,  
Tax Education,  
Taxpayer Awareness

## ABSTRACT

*The Directorate General of taxes conducts various efforts to increase tax revenue by increasing taxpayer awareness through tax education activities to encourage taxpayers to carry out their obligations in accordance with applicable laws. The purpose of this study was to analyze the effectiveness of tax education. This study uses descriptive research with qualitative approach. Data collection from this study is by interview, observation and documentation. Instagram social media in order to increase taxpayer awareness is considered not effective, because there are still many people, especially millennials who do not know about the existence of tax education through Instagram Social Media Directorate General of taxes. From the study I got there are obstacles in the Regional Office of the Directorate General of taxation of West Java II is the lack of interest of the millennial generation related to taxation so indifferent to the information provided through social media instagram and the distribution of information that is less interesting. Efforts that can be made are active and thorough socialization to the entire community, especially the millennial generation, and making instagram content more interesting and easier to understand.*

## PENDAHULUAN

Pajak adalah kontribusi Wajib Pajak kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara. Pendapatan Negara melalui perpajakan adalah sumber utama belanja Negara dan Pembiayaan Negara baik dari sektor Pajak maupun bukan pajak. Sejauh ini Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah banyak melakukan usaha guna meningkatkan penerimaan pajak yaitu dengan meningkatkan kesadaran Wajib Pajak yaitu melalui kegiatan edukasi perpajakan.

Edukasi Perpajakan adalah setiap upaya dan proses dalam mengembangkan serta meningkatkan potensi warga negara (jasmani, rohani, moral dan Intelektual) untuk menghasilkan perilaku kesadaran perpajakan yang tinggi, peningkatan pengetahuan, dan keterampilan perpajakan, serta peningkatan kepatuhan perpajakan melalui perubahan perilaku masyarakat Wajib Pajak agar terdorong untuk paham, mampu, sadar, peduli, dan berkontribusi dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan.

Dalam rangka mencapai target pendapatan Negara, pemerintah melakukan berbagai upaya di sektor pendapatan Negara, yaitu meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan membangun kesadaran wajib pajak untuk menciptakan wajib pajak taat membayar pajak atau sustainable compliance. Upaya yang dilakukan antara lain pemberian sosialisasi pengetahuan perpajakan melalui media sosial Instagram. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) melakukan sosialisasi dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak, meningkatkan penerimaan Negara serta meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Berikut adalah Tabel Kategori Usia Generasi.

| <b>Nama Generasi</b> | <b>Tahun</b>       | <b>Usia</b>         |
|----------------------|--------------------|---------------------|
| The Traditionalists  | Sebelum tahun 1946 | > 76 Tahun          |
| The Baby Boomers     | 1946 - 1964        | 58 Tahun - 76 Tahun |
| Generation Xers      | 1965 - 1980        | 42 Tahun – 57 tahun |
| Millenials           | 1981 - 1996        | 26 Tahun – 42 Tahun |
| Generasi Z           | 1997 - 2012        | 10 Tahun – 26 Tahun |
| Generasi Alpha       | 2013 – sekarang    | 0 Bulan - 9 Tahun   |

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat beberapa kategori usia dari generasi The Traditionalists sampai Generasi Alpha. Generasi muda atau generasi milenial akan mendominasi kehidupan ke depan, maka DJP perlu memikirkan upaya untuk mendekatkan pajak pada generasi milenial.

Generasi milenial harus melek terhadap teknologi digital. Sebab kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital dianggap krusial karena hampir seluruh kegiatan saat ini bergantung pada perangkat digital diantaranya ialah aktivitas pembelajaran, belanja, transportasi, liburan, hingga kesehatan. Media digital juga dapat bermanfaat untuk memudahkan edukasi perpajakan bagi generasi milenial.

Upaya edukasi pajak bagi generasi milenial adalah untuk menanamkan nilai-nilai yang bermanfaat melalui media yang relevan, membentuk wadah offline maupun online serta membuat media edukasi perpajakan yang dapat dengan mudah di akses oleh semua orang seiring dengan kemajuan teknologi seperti, facebook, Instagram, twitter ataupun youtube.

Kegiatan edukasi perpajakan difokuskan kepada tiga kelompok yaitu kepada calon wajib pajak, wajib pajak baru dan wajib pajak terdaftar. Maka dari itu edukasi perpajakan kedepannya harus lebih banyak mencakup generasi milenial sebagai sasaran edukasi pajak dengan memanfaatkan teknologi informasi salah satunya melalui media sosial Instagram. Terlebih di masasaat ini, generasi milenial banyak menghabiskan waktunya menggunakan media sosial.

Tujuan dari edukasi perpajakan melalui media sosial Instagram ini adalah untuk mempermudah generasi milenial dalam mendapat informasi tentang perpajakan. Disisi lain juga masih terdapat hambatan yang dirasakan oleh generasi milenial dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Hambatan yang sering ditemui adalah ketidaktahuan tata cara perpajakan, tidak tersedianya waktu, kemampuan melaksanakan pembukuan, tingkat kesadaran wajib pajak, sosialisasi peraturan perpajakan, kesederhanaan peraturan dan penerapan serta kanal yang memudahkan untuk memperoleh informasi perpajakan. Terdapat beberapa faktor juga yang mempengaruhi kendala dalam edukasi perpajakan, yaitu faktor usia, tingkat pendidikan wajib pajak, dan juga kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat mengenai pajak yang menjadi salahsatu faktor rendahnya kesadaran membayar pajak secara sukarela. Untuk itu diperlukan edukasi mengenai pajak yang dapat diterima oleh semua kalangan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Teori Dasar Pajak**

Menurut Mardiasmo (2016:3) bahwa: “Pajak merupakan iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara yang masuk dalam kas negara yang melaksanakan pada undang-undang serta pelaksanaannya dapat dipaksakan tanpa adanya balas jasa. Iuran tersebut digunakan oleh negara untuk melakukan pembayaran atas kepentingan umum.”

## Edukasi Perpajakan

Menurut Fitriani (2011), bahwa: “edukasi merupakan pemberian pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui pembelajaran, sehinggaseseorang atau kelompok orang yang mendapat pendidikan tersebut dapat melakukan apa yang sesuai diharapkan oleh pendidik, dari yang tidak tahu menjadi tahu.”

### Tujuan Edukasi Perpajakan

Tujuan dilakukannya edukasi perpajakan ialah sebagai berikut:

1. Memberikan pemahaman tentang perpajakan serta keuangan negara dan cara memenuhi kebutuhananggaran melalui pajak.
2. Memberikan awareness tentang program edukasi perpajakan dalam pendidikan.

### Cara Melakukan Edukasi Perpajakan

Edukasi perpajakan dapat dilaksanakan melalui kelas pengisian SPT dan simulasi penghitungan pajak terutang terhadap wajib pajak. Edukasi perpajakan juga dapat berupa memberikan beberapa pemahaman tentang perpajakan kepada calon wajib pajak yang belum paham tentang perpajakan. Edukasi perpajakan juga dapat dilakukan oleh fiskus dengan menyelenggarakan kegiatan edukasi tentang perpajakan di sekolah-sekolah untuk memberikan pengetahuan tentang pajak kepada siswa yang belum paham apa itu pajak.

### Pihak Yang Melakukan Edukasi Perpajakan

Edukasi perpajakan dapat dilakukan oleh fiskus atau pihak pajak yang memiliki wewenang dalam memberikan edukasi perpajakan kepada masyarakat. Selain itu para dosen atau guru juga dapat memberikan edukasi mengenai pajak kepada para siswa disekolah dan mahasiswa di kampus bagi yang mengerti perpajakan. Edukasi yang diberikan kepada calon wajib pajak dapat berupa memberikan pengetahuan mengenai perpajakan.

## Generasi Milenial

Menurut Yuswohady dalam artikel Millennial trends (2016) bahwa ; “Generasi milenial adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu pada tahun 1980 sampai dengan tahun 2000. Generasi milenial sering disebut generasi Y karena merupakan generasi yang hidup di pergantian tahun milenium dimana secara bersamaan merasuknya teknologi digital ke segala sendi kehidupan.”

### Kategori Generasi Milenial

Pengelompokkan generasi dibagi menjadi dua yaitu, generasi Digital Natives dan Digital Immigrants. Digital natives adalah generasi yang tumbuh berkembang di era teknologi informasi sedangkan digital immigrants adalah generasi yang hidup sebelum generasi digital.

Menurut Zemke et.al (2013), generasi Natives dikelompokkan menjadi empat berdasarkan tahun lahirnya,yaitu:

1. The Traditionalists (sebelum tahun 1946) generasi ini tumbuh di tengah depresi besar dan perang dunia II.
2. The Baby Boomers (1946-1964) ialah generasi yang dibesarkan di era optimisme ekstrim, peluang dankemajuan dan tumbuh selama dan setelah perang dunia II.
3. Generation xers (1965-1980) adalah generasi yang ditandai dengan kebangkitan Asia
4. Millennials (1981-1996) adalah generasi anak-anak yang disayangi, dipelihara dan dilindungi.

Sedangkan Grail Research (2011), menyebut bahwa generasi milenial sama dengan Net Generation, Digital Generations atau Gen Next, yaitu:

1. Generasi Y (1981-1996) adalah generasi yang menjadi saksi munculnya teknologi digital yang memfasilitasi komunikasi seperti email dan sms.
2. Generasi Z (1997-2012) ialah generasi yang lebih fasih menggunakan teknologi dan gadget bakhansangat bergantung terhadap teknologi digital seperti internet.

3. Generasi Alpha (2013-2025) merupakan generasi yang muncul dari krisis ekonomi yang luas dalebih fasih terhadap teknologi serta lebih berpendidikan dari generasi sebelumnya.

### **Media Sosial**

Menurut Van Dijk (2013) “media sosial adalah platform media yang fokusnya pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna dan juga sebagaisebuah ikatan sosial.”

#### **Fungsi Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media berbasis onlien dengan memiliki banyak pengguna yang terbesar hingga keseluruh penjuru dunia. Media sosial dimanfaatkan untuk saling berbagi dan berpartisipasi. Media sosial juga digunakan sebagai sarana melakukan interaksi sosial. Hal ini dikarenakan media sosial memberikan kemudahan dalam mengakses dan juga dapat dilakukan kapan pundan dimanapun. Berikut adalah beberapa fungsi media sosial menurut Tenis (2017):

1. Mencari berita, informasi dan pengetahuan

Media sosial berisis jutaan berita, informasi dan juga pengetahuan hingga peyebaran tersebut lebih cepat sampai kepada khalayak melalui media sosial daripada media lainnya contohnya: Televisi

2. Mendapatkan hiburan

Kondisi seseorang atau perasaan seseorang tidak selamanya dalam keadaan yang baik, yang tanpa ada masalah, setiap orang pasti pernah merasalan sedih, jenuh hingga stress terhadap satu hal. Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk mengurangi perasaan negatif ialah mencari hiburan dengan bermain mediasosial.

3. Komunikasi online

Media sosial memiliki akes yang mudah bagi penggunanya dalam menggunakan sehingga dimanfaatkan untuk bisa melakukan komunikasi secara online, seperti chatting, membagikan status, memberitahukan kabar hingga menyebarkan undangan. Media sosial dinilai efektif dan efisien bagi pengguna yang sudah terbiasa.

4. Menggerakkan masyarakat

Dengan adanya permasalahan-permasalahan kompleks seperti dalam hal politik, pemerintahan hingga suku, agama, ras dan budaya (SARA), mampu mengundang banyak tanggapan dari khalayak. Salah satu upaya untuk menanggapi berbagai masalah tersebut adalah dengan memberikan kritikan, saran,celaan hingga pembelaan melalui media sosial.

5. Sarana berbagi

Media sosial merupakan saran untuk berbagi informasi yang bermanfaat bagi banyak orang. Dari satu orang hingga ke banyak orang lainnya. Dengan membagikan informasi tersebut, maka diharapkan banyak pihak yang mengetahui tentang informasi tersebut baik dalam skala nasional maupunn internasional.

### **Aplikasi Instagram**

Menurut Atmoko (2012) bahwa ; “Instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salahsatu dari media digital, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaannya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.”

#### **Fitur-fitur Instagram**

Beberapa fitur-fitur yang ada di instagram yang dapat digunakan (Novesal, 2019) yaitu:

#### 1. Tag dan Hastag

Fitur ini sebagaimana ada di media sosial pada umumnya yang memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

#### 2. Caption

Berfungsi layaknya deskripsi, pada fitur inilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto atau video yang diunggah. Disamping tentunya menambahkan hastag. Integrasi ke media sosial. Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto atau video ke media sosial lain seperti Facebook, Twitter, dll. Bila tool ini diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke media sosial yang sudah terhubung.

#### 3. Instastory

Salah satu fitur dari Instagram ini, dimana unggahan video atau gambar hanya akan bertahan selama 1 hari dengan durasi maksimal 10 detik.

#### 4. Explore

Fitur yang menampilkan konten yang dilihat following atau follower pengguna. Sebagai sebuah media sosial, Instagram termasuk dalam aplikasi audio visual yang dapat membantu seseorang dalam penyebaran informasi. Informasi yang diperoleh pun bisa langsung dilihat dari video yang di share oleh pengguna akun maupun foto yang dilengkapi dengan caption atau keterangan.

#### 5. Siarang Langsung

Siaran langsung Merupakan fitur Instagram yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan video secara langsung kepada pengguna lain. Konten siaran langsung juga dapat membagikan percakapan dua arah.

#### 6. Direct Message

Sebuah fitur yang disediakan Instagram untuk mengirim pesan secara pribadi, dari satu pengguna ke pengguna yang lain. Pesan yang dikirim di direct message bukan hanya berbentuk text saja melainkan dapat berupa foto dan video.

#### 7. IG TV (Instagram Television)

Selain dapat membagikan video atau foto di beranda, pengguna Instagram juga bisa membagikannya di IG TV, jika video di beranda durasi maksimal hanya 1 menit, di IG TV untuk maksimal durasi video bisa mencapai 10 menit.

### **Kesadaran Wajib Pajak**

Menurut Muliari (2011) bahwa: "Kesadaran perpajakan merupakan kondisi dimana seseorang mengetahui, mengakui, menghargai dan menaati ketentuan perpajakan yang telah berlaku serta memiliki kesungguhan dan keinginan untuk memenuhi kewajiban dalam membayar pajak."

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesadaran wajib Pajak

1. Kurangnya pengetahuan wajib pajak tentang ketentuan dan tata cara perpajakan.
2. Kurangnya pemahaman wajib pajak tentang perpajakan.
3. Pelayanan petugas pajak yang baik juga dapat mempengaruhi kesadaran wajib pajak.
4. Pengenaan sanksi kepada wajib pajak yang tidak membayarkan pajaknya.

### **Efektivitas**

Mardiasmo (2017:134) mengungkapkan bahwa "Efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Indikator efektivitas menggambarkan jangkauan akibat dan dampak dari keluaran program dalam mencapai tujuan program."

Menurut Munir (2004:49) guna mengetahui berhasil atau tidaknya pencapaian tujuan bisa

diukur dengan rumus ratio efektivitas.

$$\text{Efektivitas} = \text{Realisasi} \times 100\%$$

### Target

Setelah dilakukan perhitungan efektivitas, adapun nilai efektivitas, hasil perhitungan tersebut diklasifikasikan ke dalam tabel klasifikasi penilaian kinerja. Berikut adalah Klasifikasi Kriteria Efektivitas.

| No | Prosentasi Kerja | Kriteria       |
|----|------------------|----------------|
| 1. | >100%            | Sangat Efektif |
| 2. | 90%-100%         | Efektif        |
| 3. | 80%-90%          | Cukup Efektif  |
| 4. | 60%-80%          | Kurang Efektif |
| 5. | <60%             | Tidak Efektif  |

Dari keterangan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa efektivitas adalah ukuran berhasil atau tidaknya pencapaian suatu tujuan organisasi dalam mencapai tujuannya. Apabila suatu tujuan organisasimencapai tujuannya maka dapat dikatakan efektif.

### Ukuran Efektivitas

Mengukur efektivitas organisasi bukanlah hal yang sangat sederhana, karena efektivitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Menurut Duncan dalam Richards M. Steers (2012:53) dalam bukunya “Efektivitas Organisasi” mengatakan mengenai ukuran efektivitas, sebagai berikut:

#### 1. Pencapaian Tujuan

Pencapaian adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan pentahapan, baik dalam arti pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti periodisasinya.

#### 2. Integrasi

Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi.

#### 3. Adaptasi

Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya, dilihat dari kemampuan Generasi Milenial dalam pengetahuan perpajakan untuk meningkatkan kesadaran wajibpajak.

Apabila konsep efektivitas dikaitkan dengan edukasi perpajakan maka yang dimaksud efektivitas adalah seberapa besar tingkat kesadaran wajib pajak akan pajak dalam pemanfaatan edukasi perpajakan yang diberikan oleh Pemerintah dan disosialisasikan oleh kantor wilayah Direktorat Jenderal Pajak JawaBarat II.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Pendekatan Kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam dengan para Informan diantaranya: Pihak P2 Humas Kanwil DJP Jawa Barat II, Akademisi, Dan Followers Instagram Kanwil DJP Jawa Barat II dan dokumentasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Efektivitas Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Milenial Di Usia 26 – 42 Tahun Melalui Media Sosial Instagram Dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak.**

Edukasi perpajakan melalui media sosial instagram merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II dengan maksud untuk memudahkan masyarakat khususnya Generasi Milenial dalam mendapatkan informasi terkait perpajakan dan kegiatan ini dilaksanakan tidak lain untuk mencapai target Penerimaan Pajak di Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II serta salah satu cara Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak. Edukasi perpajakan merupakan sebuah regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam Peraturan Direktorat Jenderal Pajak No. PER-12/PJ/2021 pasal 1 ayat 1 tentang Edukasi Perpajakan. Sasaran edukasi perpajakan melalui media sosial instagram adalah seluruh masyarakat di Indonesia khususnya generasi milenial yang tidak tahu tentang perpajakan. Semua followers instagram Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II otomatis mendapatkan edukasi perpajakan yang diberikan melalui media sosial Instagram @Pajakjabar2 tersebut tanpa melihat kalangan usia, pendidikan, maupun pekerjaan wajib pajak. Adanya edukasi perpajakan melalui media sosial instagram ini diharapkan membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi terkait perpajakan.

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya bahwa konsep efektivitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator-indikator yang mempengaruhi efektivitas menurut menggunakan teori Duncan dalam Richard M. Steers (2012:53) yang terdiri dari:

#### **a. Pencapaian Tujuan**

Pencapaian tujuan adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Berdasarkan informasi yang di dapat oleh peneliti dari informan yaitu tentang pencapaian tujuan efektivitas edukasi perpajakan melalui media sosial instagram yaitu tujuan edukasi perpajakan melalui media sosial sebagai upaya untuk memberikan sosialisasi dan membagi informasi terkait peraturan perpajakan serta memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi sehingga masyarakat dapat memahami serta menjalankan kewajiban perpajakannya. Sasaran dalam melakukan edukasi perpajakan melalui media sosial instagram adalah seluruh masyarakat pengguna media sosial instagram khususnya generasi milenial yang berada di ruang lingkup Kanwil DJP Jawa Barat II.

Respon generasi milenial sebelum mendapat edukasi perpajakan melalui media sosial yaitu masih banyak masyarakat terutama generasi milenial yang masih awam akan pajak dan acuh akan kewajiban perpajakannya dan juga dikarenakan kurangnya informasi mengenai edukasi perpajakan melalui media sosial instagram sehingga wajib pajak langsung datang ke kpp yang dinilai kurang efektif. Setelah mendapat edukasi perpajakan melalui media sosial instagram generasi milenial memperoleh informasi dengan cepat dan benar serta menumbuhkan sikap antusias terhadap informasi perpajakan yang diberikan dan lebih paham mengenai hak dan kewajibannya sebagai wajib pajak. Agar tujuan edukasi perpajakan melalui media sosial instagram tersebut tercapai, maka diperlukan strategi dan prosedur edukasi perpajakan melalui media sosial instagram. Strategi edukasi perpajakan melalui media sosial instagram yaitu yang pertama memberikan kemudahan dalam menerima informasi dan kemudahan akses penggunaan aplikasi secara online. Yang kedua membuat konten-konten yang menarik berupa video di akun instagram, @Pajakjabar2. Yang ketiga mengadakan lomba-lomba berupa karya tulis seperti, lombamotivasi, lomba foto, lomba teka-teki silang tentang perpajakan serta melakukan sosialisasi dan seminar terkait pelaksanaan edukasi perpajakan melalui media sosial instagram. Prosedur edukasi perpajakan melalui media sosial instagram sudah berjalan cukup baik sebab sosialisasi yang diberikan sudah mengikuti perkembangan zaman sekarang dengan cara yang modern yaitu melalui media sosial instagram. Generasi milenial yang ingin mendapatkan informasi terkait perpajakan melalui media sosial instagram cukup dengan memfollow akun instagram Kanwil DJP Jawa Barat II sudah otomatis akan menerima informasi tentang perpajakan melalui konten-konten yang kreatif dan menarik. Namun masih banyak yang kurang tahu mengenai prosedur tersebut.

## **b. Integrasi**

Integrasi adalah pengukuhan terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Berdasarkan informasi dari informan yang penulis dapat untuk menjalankan edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial dibutuhkan sosialisasi kepada seluruh masyarakat di wilayah Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II khususnya generasi milenial tersebut karena tingkat kesadaran atau kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh sosialisasi yang diberikan oleh Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II.

Terdapat sosialisasi selain melalui media sosial instagram yang dilakukan Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II yaitu secara langsung dan tidak langsung baik secara daring maupun luring seperti talkshow di radio, podcast, sosialisasi di KPP dan melalui media sosial lain. Namun sosialisasi yang diberikan masih kurang optimal karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahuinya. Sosialisasi edukasi perpajakan melalui media sosial instagram berpengaruh terhadap keefektifan edukasi perpajakan dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak tetapi masih terdapat generasi milenial yang tidak antusias terhadap sosialisasi tentang perpajakan melalui media sosial instagram serta terdapat beberapa kegiatansosialisasi yang mengharuskan tatap muka langsung.

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan efektivitas edukasi perpajakan melalui media sosial instagram yaitu dengan melakukan optimalisasi sosialisasi kepada masyarakat khususnya generasi milenial melalui media sosial instagram berupa konten atau tema yang menarik terkait perpajakan serta mudah dipahami dengan menggunakan fasilitas yang ada di instagram secara konsisten.

## **c. Adaptasi**

Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial sangat membantu dalam memudahkan masyarakat khususnya generasi milenial dalam mendapatkan informasi terkait perpajakan. Dari sisi persiapan generasi milenial untuk memanfaatkan edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram yaitu menumbuhkan rasa antusiasme terhadap pentingnya kesadaran perpajakan serta mengolah informasi yang diterima dengan baik agar tidak termakan berita palsu serta lebih sadar akan adanya hak dan kewajibannya sebagai wajib pajak.

Edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram yang dilaksanakan oleh Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II sudah efektif namun masih ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar lebih optimal seperti menyampaikan informasi secara benar kepada masyarakat khususnya generasi milenial untuk memanfaatkan edukasi perpajakan melalui media sosial instagram.

Berikut merupakan tabel target dan realisasi penerimaan pajak Kanwil DJP Jawa Barat II tahun 2019 sampai dengan 2021.

| <b>Tahun</b> | <b>Target</b>      | <b>Realisasi</b>   | <b>Persentasi</b> |
|--------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| 2019         | 45.588.648.163.000 | 42.461.612.218.738 | 93,14%            |
| 2020         | 33.262.999.299.000 | 32.146.771.657.708 | 96,64%            |
| 2021         | 32.576.793.800.000 | 37.902.537.302.064 | 116,34%           |

Dari data yang terdapat dalam tabel tersebut dapat dilihat bahwa penerimaan pajak pada tahun 2019 tidak mencapai target penerimaan pajak. Realisasi penerimaan pajak hanya mencapai 93,14% dari target Rp. 45.588.648.163.000 triliun. Pandemi Covid-19 mempengaruhi kinerja penerimaan pajak tahun 2020. Secara keseluruhan, penerimaan pajak pada tahun ini kembali tidak dapat mencapai target. Realisasi penerimaan pajak pada tahun ini kembali tidak dapat mencapai target. Realisasi penerimaan pajak hanya mencapai Rp. 33.262.999.299.000 triliun atau 96,64%. Tetapi, pada tahun 2021 penerimaan pajak mengalami peningkatan. Realisasi dapat melampaui target dengan

capaian 116,34%. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian ini, terutama dukungan dan partisipasi seluruh wajib pajak yang patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Namun, euforia atas tercapainya target pajak tidak boleh berlebihan karena tantangan kedepannya akan semakin berat.

### **Hambatan dalam edukasi perpajakan bagi generasi milenial di usia 26 – 42 tahun melalui media sosial instagram dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak.**

Setelah peneliti melakukan analisis sesuai data yang diperoleh dan sesuai dengan hasil wawancara yang penulis lakukan, penulis mengemukakan beberapa hambatan yang dihadapi dalam proses edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram di Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II.

Hambatan yang dihadapi informan 1 (Regulator) yaitu keterbatasan informasi terkait akses akun resmi Ditjen Pajak sehingga sosialisasi yang diberikan tidak menyeluruh. Yang dimaksud adalah masih banyak generasi milenial yang tidak tahu mengenai akun media sosial yang dimiliki oleh Kantor Wilayah DJP Barat II khususnya media sosial instagram. Sehingga membuat sosialisasi yang disampaikan melalui media sosial instagram Kanwil DJP Jawa Barat II tidak menyebar luas.

Menurut informan 2 (Akademisi) hambatannya dikarenakan yang pertama generasi milenial yang kurang tertarik dengan edukasi terkait perpajakan dan yang kedua konten yang dibuat monoton atau kurang menarik. Yang dimaksud adalah generasi milenial yang tidak tertarik tentang perpajakan sehingga membuat generasi milenial acuh terhadap edukasi perpajakan yang diberikan melalui media sosial serta konten yang dibuat juga kurang menarik membuat generasi milenial tidak tertarik untuk membaca.

Sedangkan hambatan yang dihadapi informan tiga, empat, lima, enam, dan tujuh (follower akun instagram Kanwil DJP Jawa Barat II) antara lain masih cukup banyak generasi milenial yang acuh mengenai perpajakan, penyaluran informasi yang kurang menarik membuat generasi milenial acuh terhadap informasi yang diberikan, tidak semua generasi milenial memahami materi perpajakan yang disampaikan melalui media sosial instagram, kurang menariknya konten yang dibuat seperti video yang terlalu panjang, kurangnya rasa keingintahuan generasi milenial mengenai hak dan kewajibannya dalam perpajakan.

Dari hasil informasi dari informan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa hambatan dalam edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak baik itu dari pihak instansi maupun dari followers akun instagram Kanwil DJP Jawa Barat II. Untuk itu bisa dikatakan hambatan-hambatan tersebut membuat kurang maksimalnya edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak di Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II.

### **Upaya untuk mengatasi hambatan dalam edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak.**

Berdasarkan informasi yang diolah oleh peneliti diperlukan upaya-upaya Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II untuk mengoptimalkan edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak yaitu memperbaiki hal-hal yang menjadi penghambat tidak optimalnya edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram, dalam hal ini hambatan atau kendala dalam pelaksanaan edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial harus dicari solusinya agar pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar sesuai yang direncanakan.

Upaya yang dilakukan Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II adalah dengan cara melakukan promosi akun instagram Kanwil DJP Jawa Barat II seperti saat melakukan tax goes to campus dan lainnya untuk memfollow akun instagram Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II untuk meningkatkan followers akun instagram Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II agar informasi yang diberikan melalui media sosial instagram dapat menyebar luas hingga semua kalangan generasi milenial. Dan Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II ingin mengubah pola pikir masyarakat tentang perpajakan itu menakutkan yaitu dengan berusaha memberikan wajah lain dari perpajakan dengan cara merengkuh semua

komponen dalam masyarakat untuk gotong royong dalam membangun Negara ini yaitu dengan melalui edukasi perpajakan melalui media sosial instagram.

Upaya-upaya perbaikan terus dilakukan oleh Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II untuk membantukeberhasilan dari kegiatan edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram. Namun kenyataannya Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II masih mengalami beberapa hambatan. Oleh karena itu peneliti juga meminta pendapat dari informan dua, tiga, empat, lima, enam dan tujuh tentang upaya yang harus dilakukan oleh Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II menurut para informan.

Upaya yang perlu dilakukan dalam mengatasi hambatannya antara lain dengan melakukan sosialisasi secara aktif dan menyeluruh kepada seluruh masyarakat khususnya generasi milenial mengenai adanya edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II dan membuat konten instagram yang lebih menarik dan mudah dipahami agar sosialisasi ini dapat berjalan lebih optimal.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan temuan penelitian, pembahasan, dan interpretasi yang diberikan dalam bab-bab sebelumnya, serta teori dan temuan dari penelitian terdahulu, maka peneliti dapat mencapai kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis Efektivitas Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Milenial Di Usia 26-42 Tahun Melalui Media Sosial Instagram Dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Di Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II Tahun 2021 dilihat dari Teori Duncan dalam Richard M. Steers (2012:53) dapat dikatakan belum efektif walaupun dalam angka penerimaan pajak di Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II sudah baik namun dalam pelaksanaannya masih belum maksimal karena masih banyak masyarakat khususnya generasi milenial yang belum mengetahui tentang adanya media sosial Instagram yang dimiliki oleh Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat II.
2. Hambatan dalam Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Milenial Di Usia 26-42 Tahun Melalui Media Sosial Instagram Dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak yaitu kurangnya ketertarikan generasi milenial terkait perpajakan sehingga acuh terhadap informasi yang diberikan melalui media sosial instagram Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II serta penyaluran informasi yang kurang menarik membuat generasi milenial acuh terhadap informasi yang diberikan.
3. Upaya dilakukan untuk mengatasi hambatan dalam edukasi perpajakan bagi generasi milenial di usia 26-42 tahun melalui media sosial dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak dengan meningkatkan sosialisasi secara aktif dan menyeluruh kepada seluruh masyarakat khususnya generasi milenial mengenai adanya edukasi perpajakan bagi generasi milenial melalui media sosial instagram Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II dan membuat konten instagram yang lebih menarik dan mudah dipahami agar sosialisasi ini dapat berjalan lebih optimal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku:**

- Adriani. 2014. Teori Perpajakan. Jakarta: Salemba Empat.
- Anggara, Sahya. 2015. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: CV PUSTAKA SETIA
- Astuti, Dewi, Rahman. 2018. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada kantor kelurahan makasar Jakarta Timur. E-ISSN: 2614- 3747. Jakarta: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol.1 No 1 2018:154- 155.
- Bakry, Umar Suryadi. 2016. Metode Penelitian Hubungan Internasional. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Beni Pekei. 2016. Konsep dan Analisis Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah di Era Otonomi.
- Buku 1. Jakarta Pusat : Taushia
- Darmadi Hamid. 2013. Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial, Bandung: Alfabeta.

- Djam'an Satori dan Aan Komariah., 2013, Metodologi Penelitian Kualitatif, Cetakan ke 5, Bandung: Alfabeta
- Dr. Rochmat Soemitro, SH, dalam buku perpajakan edisi revisi 2013 (2013:1) Fitriani. S. 2011. Promosi Kesehatan. Ed 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Liberty, Pandiangan. 2014. Administrasi Perpajakan, Penerbit Erlangga
- Mardiasmo. (2016). Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016. Yogyakarta: Penerbit Andi. Mardiasmo. 2011. Perpajakan Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi.
- Mardiasmo. (2017). Perpajakan. Yogyakarta: Andi.
- Muliari, Ni Ketut dan Putu Ery Setiawan. 2011. Pengaruh Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak pada Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. Jurnal Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Nazir, Moh. (2013). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Notoadmojo 2012. Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 65-96 Pasolong, H. (2016). Metode Penelitian Administrasi Publik. In Bandung: Alfabeta
- Pohan, Chairil Anwar. (2014). Pembahasan Komprehensif PERPAJAKAN INDONESIA Teori dan Kasus. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rulli Nasrullah, 2016, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet. kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Siagian Sondang P. 2011. Kerangka Dasar Ilmu Administrasi. PT. Rineka Cipta, Jakarta Siswandi. (2017). Administrasi Logistik & Gudang (Kasus dan Aplikasi Perusahaan). In Jakarta.
- Sodikin, S. S. (2015). Akuntansi Manajemen. In Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN(p. 5).
- Steers M. Richard. 2012. Efektivitas Organisasi. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015a). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). In Bandung: Alfabeta (p. 329).
- Sugiyono. (2015b). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). In Bandung: Alfabeta (p.244).
- Sugiyono. (2015c). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). In Bandung: Alfabeta (p. 246).
- Sugiyono. (2015d). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). In Bandung: Alfabeta (p. 247).
- Sugiyono. (2015e). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). In Bandung: Alfabeta (p. 249).
- Sugiyono. (2015f). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). In Bandung: Alfabeta (p. 252).
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kualitatif, Kaulitatis, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Hari. 2018. cnnindonesia. 15 Januari.
- Tenia, Hilda. (2017). Pengertian media sosial. Diakses pada 16 April 2021, dari <https://www.kata.co.id/Pengertian/Media-Sosial/879>.
- van Dijk, J. (2013). The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Waluyo, 2011. Perpajakan Indonesia. Edisi 10. Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Widiyono, S. S. dan. (2013a). Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. In Jakarta: IN MEDIA (p. 8).
- Widiyono, S. S. dan. (2013c). Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. In

Jakarta: IN MEDIA (p. 153).

#### Internet:

Afandi, Thohir. 2017. bappenas. 22 Mei. Diakses Desember 16, 2018. [https://www.bappenas.go.id/index.php/download\\_file/view/26355/8804/+&cd=8&hl=en&ct=clnk&gl=id](https://www.bappenas.go.id/index.php/download_file/view/26355/8804/+&cd=8&hl=en&ct=clnk&gl=id).

Artikel Pajak Untuk Mahasiswa 2018, oleh DJP, 47. Jakarta: DJP. Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta. Susanto, Hari. 2018. cnnindonesia. 15 Januari.

Media/11212/nota-keuanganbeserta-apbn-ta-2019.pdf. Ron Zemke, Claire Raines, Bob Filipczak. 2013.

Generations at Work Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the Grail Nuraliyah, Dedeh. 2018. ddtc. 23 Januari. Diakses Desember 16, 2018.

<https://news.ddtc.co.id/mengubahpola-pikir-generasi-milenial-soal-pajak-11841+&cd=21&hl=en&ct=clnk&gl=id>.

Pusat Data Republika, Mengenal Generasi Millennial, 2016, (<https://republika.co.id/berita/ois64613/mengenal-generasi-millennial>), diakses 10 Februari 2021

Remaja Rosdakarya. Winasti, Agnes. 2016. cnnindonesia. 23 Agustus. Diakses Desember 16, 2018. <https://student.cnnindonesia.com/>

Research. (2011). Consumers of Tomorrow Insights and Observations About Generation Z. Retrieved from [https://integreon.com/pdf/blog/consumers\\_of\\_tomorrow\\_insights\\_and\\_observations\\_about\\_generation\\_Z\\_246.pdf](https://integreon.com/pdf/blog/consumers_of_tomorrow_insights_and_observations_about_generation_Z_246.pdf)

Yuswohady. (2016, 17 Januari). Millennial Trends 2016. Diakses pada 24 Maret 2020, dari : <https://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016/>

#### Sumber Jurnal:

Chiaulina, L. M. (2019). Pengaruh Edukasi, Sosialisasi dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kesadaran Pajak Sejak Dini (Studi Pada Mahasiswa di STIE Malangkececwara) (Doctoral dissertation, STIE Malangkececwara).

Fahri, S. B. P., Mayrazaka, A. I., & Hayya, M. (2021). Optimalisasi Kesadaran Membayar Pajak Bagi Pemuda Melalui Platform Media Sosial Di Era New Normal. Paulus Journal of Accounting (PJA), 3(1), 77-90.

Gitaru, K. (2017). The Effect of Taxpayer Education on Tax Compliance in Kenya. (a case study of SME's in Nairobi Central Business District).

Jaya, I. M. L. M. (2019). Realita kesadaran pajak di kalangan generasi muda (mahasiswa) Yogyakarta dan Surabaya. JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi), 4(2), 161-183.

Maulida, A., & Sumartiah, S. (2022). Edukasi Perpajakan: Undang-Undang Keterbukaan Informasi Keuangan Sebagai Sarana Membangun Kesadaran Bayar Pajak Melalui Pendidikan Perguruan Tinggi Yogyakarta. Relasi: Jurnal Ekonomi, 18(1), 1-25.

Suharsono, A., & Galvani, S. (2020). Optimalisasi Edukasi Perpajakan bagi Generasi Milenial Melalui Video. Scientax, 2(1), 123-139.

#### Undang – Undang:

1. Peraturan Direktorat Jenderal Pajak No. PER-12/PJ/2021 pasal 1 ayat 1 tentang Edukasi Perpajakan.