

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman membuat teknologi dan komunikasi semakin maju dan berkembang, sehingga suatu informasi atau pesan dapat disampaikan dengan cepat. Peranan teknologi komunikasi berpengaruh besar dalam mempengaruhi manusia pada kehidupan bermasyarakat dan harus mampu beradaptasi dengan perubahan-perubahan sebagai akibat dari cepatnya perkembangan teknologi. Teknologi yang terus berkembang dan banyak memunculkan inovasi baru yang membuat komunikasi terasa lebih mudah karena terpenuhnya saluran baru.

Teknologi informasi saat ini sangat berkembang pesat di dalam kehidupan masyarakat. Penggunaan fasilitas teknologi yang semakin canggih memberikan peluang bagi setiap individu untuk mengakses informasi sesuai keinginan dengan mudah tanpa memikirkan waktu. Banyaknya teknologi yang bermunculan menjadi sebuah keharusan bagi tiap-tiap generasi untuk turut serta mendukung perkembangan teknologi yang ada. Sekarang ini masyarakat sering menggunakan media internet khususnya media sosial sebagai sarana untuk mencari informasi maupun berkomunikasi dengan teman di situs jejaring sosial.

Hadirnya media baru atau *new media* sebagai bukti bahwa perkembangan teknologi memang sudah sangat pesat. Penggunaan media baru pada berbagai kalangan umur tentunya memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan penggunaannya. Media baru memiliki sifat interaktif, yang artinya masyarakat tidak hanya menerima informasi namun media memberikan hak kepada masyarakat

untuk menjadi lebih aktif dari sekedar membaca dan menonton informasi yang disediakan oleh media.

Media baru menyajikan sebuah bentuk informasi atau isi pesan berupa bentuk virtual, sehingga khalayak dapat mengakses, mencari dan memproduksi informasi menggunakan jaringan internet. Media baru memiliki beberapa bentuk yaitu situs web, blog, e-mail, media sosial, komunitas online dan lainnya. Media sosial merupakan salah satu media baru yang sangat populer, digemari dan paling banyak digunakan. Media sosial dapat menghubungkan banyak khalayak dari berbagai negara dan menjadikannya sebagai tempat melakukan interaksi sosial secara virtual. Media sosial terbagi menjadi beberapa bentuk yaitu *Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Line, LinkedIn, Telegram, Tiktok* dan masih banyak lagi.

Indonesia merupakan salah satu yang memiliki catatan sebagai pengguna media sosial terbesar ke 10, dengan jumlah pengguna media atau internet mencapai 202,6 juta. Beberapa aplikasi yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia diantaranya seperti *Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook* dan *TikTok*. (Sumber: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>, diakses pada 18 April 2023).

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini membuat banyak orang berlomba-lomba untuk menyajikan segala sesuatu yang baru, inspiratif dan dapat dinikmati oleh semua kalangan. Pada masa ini konten video adalah yang paling diminati, karena banyak dari masyarakat yang merasa bahwa video dapat lebih

mudah dimengerti dan menghibur, visualisasi cenderung menjadi pertimbangan masyarakat dalam menangkap sebuah informasi.

Aplikasi media sosial yang sedang digemari oleh masyarakat pada saat ini adalah *TikTok*. Tujuan utama dari aplikasi tiktok adalah menjadi tempat para komunitas pencipta video singkat yang dilengkapi dengan beragam. Aplikasi ini sudah diakui sebagai wadah bagi para penggunanya untuk menampilkan beragam hal menarik dari hasil kreativitas mereka dengan cara yang lebih cepat dan mudah.

*TikTok* adalah aplikasi yang berhasil menarik banyak perhatian dari masyarakat. Aplikasi *TikTok* mudah dijangkau oleh pengguna karena hanya perlu diunduh dari *Play Store* bagi pengguna Android dan *App Store* bagi pengguna iOS. *TikTok* merupakan aplikasi dimana pengguna dapat membuat video pendek berdurasi hingga 60 detik lamanya. *TikTok* pun telah memberikan banyak informasi dan pengetahuan sehingga banyak orang yang dari tidak tahu menjadi tahu berkat aplikasi *TikTok*.

Dikutip dari “pubiway.com” fenomena perkembangan zaman diatas, *TikTok* sendiri adalah sebuah aplikasi yang berasal dari Negara China atau Negara Tirai Bambu. Aplikasi ini release perdana pada September 2016, oleh pendirinya Tou Tiaow yang tidak lain adalah Zhang Yi Ming. Dalam waktu singkat aplikasi video pendek ini menjaring seratus juta pengguna dan mencapai satu miliar video *views* setiap harinya. (sumber: <https://pubiway.com/tik-tok-berasal-dari-mana/> di akses pada 18 April 2023)

Dalam laporannya, Insider Intelligence memprediksi bahwa *TikTok* akan memiliki pengguna aktif mencapai 755 juta orang pada tahun 2022. Angka tersebut

diraih berdasarkan pertumbuhan pengguna *TikTok* pada tahun 2020 yang mencapai 59,8 persen dan 40,8 persen pada tahun 2021. (Sumber: <https://TikTok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga pada 2022 - Kompas.com> di akses pada 18 April 2023)

Terdapat data lain khususnya untuk pengguna di Indonesia secara luas, melansir dikutip dari “Suara.com” Riset ini menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022. Angka ini meningkat 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021. Dalam laporan bertajuk Digital 2022 Indonesia, DataReportal membeberkan bahwa angka ini setara dengan 68,9 persen dari total populasi di Indonesia. Sebagai perbandingan, jumlah penduduk di Indonesia kini mencapai 277,7 juta hingga Januari 2022. Dari data periklanan ByteDance, jumlah pengguna *TikTok* di Indonesia mencapai 92,07 juta pada tahun 2022. Namun perlu diketahui kalau angka itu adalah pengguna yang berusia 18 tahun ke atas. (Sumber: <https://amp.suara.com/tag/datareportal> di akses pada 18 April 2023)

Adapun riset di atas menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia sangat menyukai aplikasi *TikTok*. Tak jarang konten edukasi atau informasi sering terpampang di beranda atau biasa disebut *For Your Page*. Saat ini media sosial *TikTok* bisa dikatakan mempunyai pengaruh besar dalam mempengaruhi opini public serta penerimaan dan pemaknaan dengan isu yang berkembang.



Gambar 1.1

Akun TikTok @ditjenpajakri

[https://www.tiktok.com/@ditjenpajakri?\\_t=8bbIwbAIKuo&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@ditjenpajakri?_t=8bbIwbAIKuo&_r=1)

Kehadiran akun *TikTok* @ditjenpajakri merupakan salah satu akun yang memanfaatkan sosial media sebagai *platform* untuk bersosialisasi mengenai krisis informasi tentang penggunaan *DJP online* untuk melakukan pembayaran pajak tahunan. Akun *TikTok* @ditjenpajakri yang bertujuan menjadi platform nomor satu di Indonesia untuk memberikan semua informasi tentang lapor pajak kepada masyarakat.

Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang sebagai perwujudan pengabdian dan peran serta rakyat untuk membiayai

negara dan pembangunan nasional. Namun tidak semua masyarakat di Indonesia memahami mengenai perpajakan dan juga cara pelaporan pajak karena saat ini melaporkan pajak bisa melalui *online*. Selain lebih mudah, efisien, dan praktis, sistem SPT ini menawarkan banyak keuntungan yang diperoleh penggunanya. Meski sudah didukung oleh kemudahan dalam digital, tentunya sistem SPT masih perlu peningkatan dalam berbagai aspek, lantaran masih terdapat beberapa kendala-kendala yang mungkin dialami oleh pengguna baik kendala dari situs web DJP maupun Situs aplikasi itu sendiri. Juga banyak hal mengenai Perpajakan masih awam di masyarakat, tetapi Ditjen Pajak melalui *TikTok* nya aktif mengunggah konten mengenai perpajakan.

Dikutip dari "bisnis.com", pada tahun 2016 - 2021 tercatat sebanyak Rp. 100 triliun dari penerimaan pajak bermotor yang belum melunasi pajaknya. Kendaraan bermotor tersebut terdiri atas mobil penumpang sebanyak 22.434.401 unit, mobil bus 211.675 unit, mobil barang 5.737.594 unit, sepeda motor 117.580.815 unit, kendaraan khusus 82.181 unit. Dengan demikian, total jumlah kendaraan bermotor di Tanah Air sebanyak 146.046.666 unit. Hal tersebut semakin mendukung bahwa kebanyakan masyarakat Indonesia tidak memahami mengenai bayar pajak secara rutin.

(Sumber:<https://ekonomi.bisnis.com/read/20220722/259/1558174/tunggakan-pajak-kendaraan-rp100-triliun-ini-data-jumlah-mobil-dan-motor-di-ri> di akses pada 18 April 2023)

Dari pandangan peneliti, pengguna *TikTok* terlihat mudah terpengaruh dengan informasi yang ada. Dengan itu, merupakan cara yang tepat untuk

mensosialisaikan tentang laporan pajak di Indonesia melalui *TikTok* karena rasa ingin tahu dan tidak mau tertinggal informasi yang besar membuat penyebaran informasi yang cepat dan pengaruhnya sangat besar. Mayoritas masyarakat pengguna media sosial *TikTok* mengikuti apa yang dianggapnya menarik dan menyenangkan tanpa mempertimbangkan apakah manfaat yang didapat dari konten yang mereka ikuti. Namun hal itu tergantung kepada cara penerimaan masyarakat dan pemaknaan terhadap konten tersebut.

Dengan melakukan sosialisasi melalui *TikTok*, pengagas harus membuat konten yang dapat menarik masyarakat. Melalui konten tersebut masyarakat akan memperoleh makna dibalik gambar dan kata-kata yang terdapat pada konten Akun di *TikTok* @ditjenpajakri agar komunikasi yang dihasilkan efektif dan pesan yang hendak disampaikan dapat mempengaruhi masyarakat.

Untuk mengetahui penerimaan masyarakat dan pemaknaan terhadap konten sosialisasi laporan pajak tahunan @ditjenpajakri di *TikTok*. Peneliti mencoba mengkaji secara lebih mendalam mengenai proses actual dari sebuah wacana media dalam menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat. Dalam penelitian ini ingin melihat hubungan antara masyarakat sebagai (pengamat, pengonsumsi, pemirsa, dan pengguna dari internet) dengan media.

Dalam hal ini media menjadi stimuli untuk masyarakat dalam menikmati sajian pesan ataupun konten yang ditampilkan dalam *TikTok*. Konten atau isi dari pesan dari media menjadi wacana perbincangan oleh masyarakat. Untuk mengukur standar masyarakat dengan media yaitu menggunakan cara wawancara kepada masyarakat pengguna *TikTok* dan mengikuti akun @ditjenpajakri, untuk

memberikan makna dari pemahaman masyarakat atas pesan media dengan memahami bagaimana karakter konten media sosial *TikTok* @ditjenpajakri dilihat masyarakat. Media adalah suatu alat yang berguna untuk menyampaikan pesan dari komunikator (pembuat pesan) kepada khalayak (Cangara, 2012:137). Dalam penyampaian sebuah pesan atau teks media sangat berperan penting bagi siapa saja untuk menjadikannya sebagai alat dalam menyampaikan pesan itu sendiri.

Berdasarkan fenomena di atas, bahwa kebutuhan masyarakat terhadap informasi laporan pajak tahunan masih belum merata dan tingkat pemahaman masyarakat masih kurang. Maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Media *TikTok* @ditjenpajakri Sebagai Media Informasi Laporan Pajak Tahun 2023"**

### **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan tentang media *TikTok* @ditjenpajakri sebagai media informasi laporan pajak tahun 2023, maka pertanyaan penelitian adalah: Bagaimana tanggapan masyarakat tentang informasi laporan pajak tahun 2023 yang diberikan media *TikTok* @ditjenpajakri?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, peneliti mencoba menjabarkan tujuan penelitian yaitu bertujuan untuk mengetahui media *TikTok* @ditjenpajakri sebagai media informasi laporan pajak tahun 2023.



#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, memperoleh beberapa manfaat, antara lain:

**1) Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian media *TikTok* @ditjenpajakri sebagai media informasi lapor pajak tahun 2023 diharapkan dapat memberikan wawasan lebih pada bidang komunikasi terutama mengenai informasi yang disampaikan melalui media baru atau *new media*.

**2) Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian media *TikTok* @ditjenpajakri sebagai media informasi lapor pajak tahun 2023 diharapkan dapat memberikan pemikiran akan pemecahan masalah yang berkaitan dengan wajib lapor pajak.

