

MEDIA *TikTok* @ditjenpajakri SEBAGAI MEDIA INFORMASI

LAPOR PAJAK TAHUN 2023

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

DELLA ANGGESTA

(190900044)

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

JAKARTA

2023

***MEDIA TIKTOK @ditjenpajakri AS INFORMATION MEDIA
FOR 2023 TAX REPORTS***

THESIS

***Submitted as one of the requirements for obtaining Bachelor's Degree in
Communication Studies***



Compiled by :

DELLA ANGGESTA

(190900044)

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2023

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, media tiktok @ditjenpajakri sebagai media informasi lapor pajak tahun 2023, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 8 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



(Della Anggesta)

190900044

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Della Anggesta
NIM : 190900044
JUDUL : MEDIA *TikTok* @ditjenpajakri SEBAGAI
MEDIA INFORMASI LAPOR PAJAK TAHUN

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.

Jakarta, 8 Agustus 2023

Pembimbing II

Pembimbing I

Menyetujui,

Fitri Sarasati, M.Sc

Helen Olivia, M.Ikom

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.IKom

Drs. Solten Rajagukguk, M.M.

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Della Anggesta
NIM : 190900044
JUDUL : MEDIA *TikTok* @ditjenpajakri SEBAGAI
MEDIA INFORMASI LAPOR PAJAK TAHUN
2023

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 8 Agustus 2023

Menyetujui

Ketua Penguji
(Helen Olivia, M.ikom) (.....)

Anggota Penguji I
(Risqi Inayah Dwijayanti., M.Ikom) (.....)

Anggota Penguji II
(Bertha Komala Sinambela, M.Si) (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dr. Achmad Budiman Sudarsono., M.IKom

Dekan FISIP
Drs. Solten Rajagukguk, M.M.

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Della Anggesta
NIM : 190900044
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat
MEDIA *TIKTOK* @ditjenpajakri SEBAGAI MEDIA INFORMASI LAPOR PAJAK TAHUN 2023
Jumlah Halaman : XI + 82 Halaman
Bibliografi : 13 Buku (2006-2017); 1 Jurnal; 5 Internet

ABSTRAK

Fenomena media sosial dengan hadirnya akun *tiktok* @ditjenpajakri dalam menginformasikan tentang laporan pajak di Indonesia. 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. Namun hal itu tergantung kepada cara penerimaan masyarakat dan pemaknaan terhadap konten tersebut.

Landasan teori dalam penelitian ini adalah teori *Media Exposure* (*terpaan media*), teori ini membahas proses tentang khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh suatu media. Dalam teori terpaan media terdapat 5 acuan sebagai konsep yaitu, kemampuan memilih, pemanfaatan, kesenjangan, keterlibatan, dan kemampuan melawan pengaruh media.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, menggunakan metode Studi Kasus Yin (1996). Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Subyek Penelitian mahasiswa di Jakarta. Analisis data penelitian menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan penggunaan media sosial tiktok sangat besar manfaatnya dalam mencari sebuah sumber informasi. Dimana saat ini media sosial tiktok sebagai media yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan usia.

Terpaan media sangat besar efek dan pengaruh dalam padangan masyarakat terhadap informasi yang dishare melalu media yang digunakannya, sehingga media mampu menarik masyarakat pengguna atau pengikutnya dalam memberikan keterlibatannya secara langsung.

Kata kunci : *Media Sosial, TikTok, Laporan Pajak*
Pembimbing I : Helen Olivia, M.Ikom
Pembimbing II : Fitri Sarasati, M.Sc

FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Della Anggesta
NIM : 190900044
INTEREST : Public Relations
STUDY PROGRAM : Communications studies
MEDIA TIKTOK @ditjenpajakri AS INFORMATION MEDIA FOR 2023 TAX REPORTS
Number of Page : XI + 82 pages
Bibliography : 13 book; 1 jurnal; 5 internet

ABSTRACT

The phenomenon of social media with the presence of accountst iktok @ditjenpajakri informing about tax reports in Indonesia. Because curiosity and don't want to be left behind, large information makes the dissemination of information fast and the effect is very large. The majority of people use social mediaTikTokfollow what he finds interesting and fun. However, this depends on how the public accepts and interprets the content.

The theoretical foundation in this study is theoryMedia Exposure (media exposure), this theory discusses the process of audiences receiving messages conveyed by a media. In the theory of media exposure there are 5 references as concepts namely, the ability to choose, use, gap, involvement, and the ability to resist media influence.

This study uses a descriptive qualitative approach, using Case Study Yin (1996) method. Data collection techniques using observation, in-depth interviews, and documentation. Student research subjects in Jakarta. Analysis of research data using data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the study show that the use of social media tiktok is very beneficial in finding a source of information. Where currently social media tiktok is a medium that is widely used by various age groups.

Media exposure has a very large effect and influence in the public's view of the information that is shared through the media it uses, so that the media is able to attract the user community or its followers in providing direct involvement.

Keywords : Social Media, TikTok, Tax report
Supervisor I : Helen Olivia, M.Ikom
Advisor II : Fitri Sarasati, M.Sc

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum. Wr.Wb

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang maha kuasa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, tentu tak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, antara lain kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga yang sudah mendoakan dan selalu memberi motivasi serta support yang tiada henti.
2. Dr. Sihar P.H. Sitorus, BSBA., M.B.A. yang penulis hormati selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Drs. Solten Rajagukguk, M.M. yang penulis hormati selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia (FISIP USNI).
4. Dr. Achmad Budiman Sudarsono., M.IKom yang penulis hormati selaku Ketua Program Studi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia (IKOM USNI).
5. Helen Olivia, M.Ikom selaku dosen Pembimbing I terimakasih atas waktu, kesempatan, kesabaran, dan bimbingannya yang sangat berarti bagi penulis.

6. Fitri Sarasati, M.Sc selaku dosen Pembimbing II terimakasih atas waktu, kesempatan, kesabaran, dan bimbingannya yang sangat berarti bagi penulis.
7. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
8. Keluarga besar Organisasi Kemahasiswaan Universitas Satya Negara Indonesia yang selalu bersedia menemani penulis dalam pengerjaannya.
9. Keluarga besar FISIP USNI yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis.

Dalam menyusun laporan ini penulis menyadari tentu masih banyak kekurangannya, maka dari itu penulis mengucapkan maaf. Semoga laporan ini bermanfaat untuk yang membaca, dan penulis meminta kritik juga sarannya agar ke depannya bisa lebih baik lagi.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Jakarta, 8 Agustus 2023

Della Anggasta

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS.....	ii
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teoritis.....	10
2.1.1 Teori <i>Media Exposure</i> (Terpaan Media).....	10
2.2 Landasan Konseptual	12
2.2.1 Komunikasi	12
2.2.2 Komunikasi Massa.....	13
2.2.3 Media Baru (New Media).....	14
2.2.4 Media Sosial.....	15
2.2.4.1 Jenis-jenis Media Sosial.....	20
2.2.4.2 Fungsi Media Sosial.....	21
2.2.5 TIKTOK.....	22
2.2.6 Khalayak	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.2 Desain Penelitian	28
3.2.1 Paradigma Penelitian.....	28

3.2.2 Pendekatan Penelitian	29
3.2.3 Metode Penelitian.....	30
3.2.4 Sifat Penelitian	31
3.3 Subyek dan Obyek Penelitian	32
3.4 <i>Key Informant</i> dan <i>Informant</i> Penelitian.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.1 Teknik Observasi	36
3.5.2 Wawancara Terstruktur	36
3.5.3 Dokumentasi.....	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Subjek Penelitian	42
4.1.1 Akun <i>TikTok</i> @ditjenpajakri.....	43
4.1.2 Profil <i>Key Informant</i> dan <i>Informant</i>	43
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Media <i>TikTok</i> sebagai Media Informasi Laporan Pajak Tahun 2023	50
4.2.2 Pengguna Akun Fake <i>TikTok</i> @ditjenpajakri.....	55
4.2.3 Komunikasi Kepada Pengguna atau <i>Followers</i> (pengikut) <i>TikTok</i> @ditjenpajakri	59
4.2.4 Solusi dan Saran Untuk Penyampaian Informasi Di Media Sosial <i>TikTok</i> @ditjenpajakri	62
4.3 Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
5.2.1 Saran Teoritis	81
5.2.2 Saran Praktis.....	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Tiktok @ditjenpajakri	5
Gambar 2.1 Logo Aplikasi Tiktok	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Kerangka Pemikiran	42



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Key Informant	34
Tabel 3.2 Data Informant	35

