

BAB IV

SIMPULAN

Isu perpajakan sering kali dianggap sebagai isu yang kompleks dan sulit untuk dipahami. Dengan Karya Tulis Tugas Akhir ini, penulis ingin meruntuhkan stigma tersebut dengan mengobservasinya melalui hal terdekat dalam kehidupan sehari-hari, yaitu media sosial. Jumlah pengguna media sosial yang setiap waktunya terus bertambah secara eksponensial menarik minat penulis untuk menyandingkannya dengan literasi perpajakan bagi generasi produktif, Milenial dan Gen Z. Melalui akun media sosialnya, Direktorat Jenderal Pajak secara aktif menyampaikan informasi tentang perpajakan melalui kemasan konten yang menarik dari segi visual maupun konsepnya. Dengan mengetahui seluk beluk pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh DJP melalui Direktorat P2Humas, penulis menjadi semakin memahami bahwasanya dalam mengelola media sosial untuk instansi pemerintah memerlukan terdapat langkah, kendala, serta strateginya tersendiri. Beberapa di antaranya adalah:

1. Langkah yang diterapkan oleh DJP dalam mengelola kelima akun resminya (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, dan TikTok) terbagi menjadi beberapa langkah. Pertama, Direktorat P2Humas yang bertanggung jawab sebagai penghubung antarinstansi dengan masyarakat membuat buku panduan

yang berisi seluk-beluk pengelolaan jejaring sosial secara umum hingga yang lebih spesifik, akun instansi vertikal dan unit pelaksana teknis. Buku ini berisi tentang dasar hukum, pembagian tugas, jenis-jenis konten yang dapat diunggah, hingga SOP yang harus dipenuhi oleh setiap pihak yang bertugas mengelola akun media sosial milik DJP. Harapannya, dengan kehadiran buku ini, reputasi dan nama baik DJP tetap terjaga di mata masyarakat. Kemudian, dilakukannya pembagian tugas pengelolaan media sosial. hal ini dimaksudkan agar fokus dari personel tim tidak terpecah untuk mengurus tugas yang bukan menjadi wewenangnya. Langkah terakhir adalah mempertimbangkan audiens dan isi konten yang ingin diunggah. Hal ini dimaksudkan agar konten yang tercipta nantinya dapat diterima dengan baik oleh *target market* utama.

2. Kendala utama yang kini tengah dihadapi oleh tim pengelola media sosial DJP adalah algoritma yang senantiasa berubah setiap harinya. Hal ini dapat menyebabkan konten yang seharusnya bisa diterima oleh audiens, menjadi tidak dapat diterima karena tampilannya seperti ‘tertahan’. Masalah ini disiasati dengan melakukan pertemuan berkala dengan semua tim pengelola dari seluruh Indonesia agar mendiskusikan jalan terbaik dalam menyiasati algoritma ini.
3. Tantangan yang dihadapi oleh DJP dalam pengelolaan media sosialnya adalah ketimpangan kompetensi yang terjadi antara tim di kantor pusat dan unit vertikal serta UPT. Apabila isu ini tidak ditangani secara serius, akan terdapat *gap* yang signifikan dan dikhawatirkan timbul gesekan dan penurunan performa dari tim pengelola media sosial DJP.

4. Diposisikan sebagai akun edukasi, baik Instagram dan TikTok @ditjenpajakri dirasa belum mampu meningkatkan literasi perpajakan di masyarakat. Argumen ini diperkuat dengan bukti hasil wawancara dengan responden yang menunjukkan hasil yang cukup negatif, dengan hanya beberapa responden saja yang mengetahui eksistensi kedua akun media sosial DJP tersebut. Secara logika, apabila keberadaannya saja tidak diketahui, bagaimana mungkin konten yang mampu meningkatkan literasi perpajakan bisa tersampaikan dengan baik?