

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, EDUKATOR *ONLINE*, DAN
EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN PESAN TERHADAP MINAT
MAHASISWA GENERASI Z PERGURUAN TINGGI DI BALI
DALAM LITERASI PERPAJAKAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NAMA : I Putu Ricky Amerta Wiguna
NIM : 2115654005**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI PERPAJAKAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2025**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, EDUKATOR *ONLINE*, DAN
EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN PESAN TERHADAP MINAT
MAHASISWA GENERASI Z PERGURUAN TINGGI DI BALI DALAM
LITERASI PERPAJAKAN**

I Putu Ricky Amerta Wiguna
2115654005

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRAK

Rendahnya tingkat literasi perpajakan di kalangan Generasi Z menjadi latar belakang utama dalam penelitian ini, mengingat peran strategis mereka sebagai calon wajib pajak di masa depan. Permasalahan utama yang diangkat adalah minimnya minat dan pemahaman mengenai perpajakan yang disebabkan oleh metode edukasi yang belum sesuai dengan karakteristik digital Generasi Z. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh media sosial, edukator online, dan efektivitas penyampaian pesan terhadap literasi perpajakan Generasi Z, khususnya mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan tinggi di Provinsi Bali. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang disebarkan melalui kuesioner online. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan mahasiswa Generasi Z dari Universitas Udayana dan Politeknik Negeri Bali. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.

Evaluasi model dilakukan melalui pengujian model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas) serta model struktural (R-Square, Q-Square, Goodness of Fit, dan uji signifikansi menggunakan bootstrapping). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu media sosial, edukator online, dan efektivitas penyampaian pesan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi perpajakan Generasi Z. Dari ketiga variabel tersebut, efektivitas penyampaian pesan memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap peningkatan literasi. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang sesuai dengan preferensi Generasi Z sangat penting dalam menyampaikan informasi perpajakan. Penelitian ini berkontribusi dalam mendukung strategi edukasi pajak berbasis teknologi yang lebih inklusif, adaptif, dan interaktif dalam menghadapi era digital.

Kata Kunci: Generasi Z, Literasi Perpajakan, Media Sosial, Edukator Online, Efektivitas Penyampaian Pesan

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, ONLINE EDUCATORS, AND
MESSAGE DELIVERY EFFECTIVENESS ON THE TAX LITERACY
INTEREST OF GENERATION Z STUDENTS IN BALI'S HIGHER
EDUCATION***

I Putu Ricky Amerta Wiguna
2115654005

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRACT

The low level of tax literacy among Generation Z serves as the primary background of this research, considering their strategic role as future taxpayers. The main issue addressed in this study is the lack of interest and understanding of taxation, which stems from educational methods that are not aligned with the digital characteristics of Generation Z. This research aims to analyze the influence of social media, online educators, and message delivery effectiveness on Generation Z's tax literacy, particularly among university students in Bali Province. This study employs a quantitative approach using a survey method distributed through online questionnaires. The sample consists of 100 respondents from Generation Z who are currently pursuing higher education at Universitas Udayana and Politeknik Negeri Bali. Data were analyzed using Structural Equation Modeling with Partial Least Squares (SEM-PLS), utilizing the SmartPLS 4 software.

The model evaluation includes both the measurement model (convergent validity, discriminant validity, and reliability) and the structural model (R-Square, Q-Square, Goodness of Fit, and significance testing via bootstrapping). The results indicate that all three independent variables social media, online educators, and message delivery effectiveness have a positive and significant effect on Generation Z's tax literacy. Among these, message delivery effectiveness has the most dominant impact. These findings highlight the importance of using communication strategies that align with Generation Z's preferences when delivering tax-related information. This research contributes to the development of technology-based tax education strategies that are more inclusive, adaptive, and interactive, especially in the digital era.

Keywords: Generation Z, Tax Literacy, Social Media, Online Educators, Message Delivery Effectiveness

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Abstrak.....	ii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan.....	iv
Halaman Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah	v
Halaman Pengesahan.....	vi
Halaman Penetapan Kelulusan.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
DAFTAR TABEL	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Kajian Teori.....	12
B. Kajian Penelitian yang Relevan	17
C. Alur Pikir.....	18
D. Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Lokasi/Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
C. Populasi dan Sampel Penelitian	26
D. Variabel Penelitian dan Definisi.....	29
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	35
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	36
G. Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Deskripsi Hasil Penelitian (<i>Research Result</i>).....	46
B. Hasil Uji Hipotesis (<i>Result of Hypothesis Test</i>)	49
C. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	63
A. Simpulan	63
B. Implikasi.....	65
C. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Distribusi Media Utama untuk Mendapatkan Informasi Perpajakan Berdasarkan Generasi	4
Tabel 3. 1 Kriteria Variabel X1 (Media Sosial)	30
Tabel 3. 2 Indikator Variabel X1 (Media Sosial)	30
Tabel 3. 3 Kriteria Variabel X2 (Edukator Online)	31
Tabel 3. 4 Indikator Variabel X2 (Edukator Online)	31
Tabel 3. 5 Kriteria Variabel X3 (Efektivitas Penyampaian Pesan).....	32
Tabel 3. 6 Indikator Variabel X3 (Efektivitas penyampaian Pesan).....	33
Tabel 3. 7 Kriteria Variabel Y (Literasi Perpajakan)	34
Tabel 3. 8 Indikator Variabel Y (Literasi Perpajakan)	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Mahasiswa Generasi Z Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Mahasiswa Generasi Z Berdasarkan Umur....	47
Tabel 4. 3 Hasil Average Variance Extracted (Uji Validitas)	48
Tabel 4. 4 Hasil Outer Loadings	51
Tabel 4. 5 Hasil Average Variance Extracted (Uji Validitas)	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)	53
Tabel 4. 7 Hasil Cronbach's Alpha (Uji Reliabilitas)	54
Tabel 4. 8 Hasil Nilai R-Square.....	55
Tabel 4. 9 Hasil Nilai Q-Square	56
Tabel 4. 10 Hasil nilai rata – rata AVE dan rata – rata R²	56
Tabel 4. 11 Hasil Variance Inflation Factor (VIF).....	57
Tabel 4. 12 Hasil Kalkulasi Bootstrapping	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	19
Gambar 2. 2 Variable.....	20
Gambar 3. 1 Alur Analisis Data	45
Gambar 4. 1 Path coefficients	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 LEMBAR KUESIONER.....	75
Lampiran 2 Lembar Jawaban Responden	78
Lampiran 3 Lembar Jawaban Responden	82
Lampiran 4 Hasil Olah Data SEMPLS.....	88
Lampiran 5 Path Diagram (Structural Model and Measurement Model)	90



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang berperan penting dalam mendukung pembangunan nasional dan pelayanan publik. Tingkat kesadaran dan kepatuhan pajak masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda, masih tergolong rendah (Aswat, 2025). Salah satu faktor yang mempengaruhi minimnya partisipasi aktif dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela adalah rendahnya literasi perpajakan (Sustiyo, 2022).

Literasi perpajakan merupakan elemen penting dalam membangun kesadaran pajak di kalangan masyarakat. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi perpajakan di kalangan Generasi Z masih tergolong rendah, meskipun mereka memiliki peran strategis sebagai calon wajib pajak di masa mendatang (Darmayasa dan Hardika, 2024). Sebagian besar studi sebelumnya cenderung berfokus pada generasi yang lebih tua dan kurang menyoroti potensi pendekatan berbasis digital, seperti media sosial, edukator online, serta efektivitas penyampaian pesan, sebagai elemen penting dalam upaya meningkatkan literasi perpajakan di kalangan generasi muda (Anwar Syadat et al., 2022).

Literasi perpajakan tidak hanya tentang memahami aturan pajak, tetapi juga menyangkut kesadaran untuk menjalankan kewajiban sebagai warga negara. Sebagaimana diatur dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor

PER-12/PJ/2021, kegiatan edukasi perpajakan perlu dilaksanakan secara terencana dan berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda menjadi salah satu sasaran utama dalam program inklusi kesadaran pajak, seperti Pajak Bertutur dan *Tax Goes to Campus*. Dibandingkan dengan jenis literasi lain seperti literasi digital atau literasi keuangan, literasi perpajakan lebih langsung berkaitan dengan kontribusi terhadap negara (Darmayasa, 2020). Sayangnya, tingkat literasi perpajakan di kalangan generasi muda masih rendah, sehingga berisiko menurunkan kepatuhan pajak di masa depan (Darmayasa et al., 2018). Meningkatkan pemahaman perpajakan sejak dini, terutama bagi Generasi Z, menjadi langkah strategis dalam membangun masyarakat yang sadar pajak. Perhatian khusus pada konteks ini perlu diberikan kepada Generasi Z sebagai kelompok yang saat ini sedang menempuh pendidikan tinggi dan akan segera memasuki dunia kerja, sehingga peran mereka sangat strategis dalam membentuk budaya kepatuhan pajak di masa mendatang.

Di era digital saat ini Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 memiliki karakteristik unik dalam mengakses informasi. Mereka tumbuh bersama teknologi, aktif di media sosial, dan cenderung memperoleh pengetahuan melalui platform digital. Generasi Z, memiliki potensi besar untuk menjadi pembayar pajak yang taat di masa depan. Meskipun beberapa studi menunjukkan bahwa kesadaran pajak mereka masih rendah, faktor transparansi penggunaan pajak telah diidentifikasi sebagai elemen penting yang dapat meningkatkan kepatuhan (Erstiawan dan Binawati, 2023). Berdasarkan survei

Danny Darussalam Tax Center News 92,4% Generasi Z menyatakan bahwa transparansi penggunaan uang pajak mempengaruhi kerelaan mereka membayar pajak (DDTCNews, 2023).

Era digital saat ini mendorong Generasi Z untuk lebih memanfaatkan teknologi dan *platform online* sebagai sumber utama informasi dan sarana pembelajaran (Wulan dan Furqon, 2023). Salah satu masalah yang muncul adalah rendahnya minat mereka terhadap topik perpajakan, yang sering kali dianggap membosankan dan sulit dipahami. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara cara tradisional penyampaian informasi perpajakan dengan preferensi dan gaya belajar Generasi Z yang lebih interaktif dan visual (Wijaya et al., 2024). Meskipun Direktorat Jenderal Pajak telah menggalakkan program inklusi kesadaran pajak melalui sektor pendidikan, literasi perpajakan di kalangan mahasiswa, khususnya Generasi Z, masih tergolong rendah. Hal ini tercermin dari minimnya pemahaman terhadap kewajiban perpajakan dan rendahnya partisipasi dalam pelaporan pajak. Studi di Universitas Pendidikan Indonesia menunjukkan bahwa literasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan, namun belum sepenuhnya efektif (Athaya dan Valentino, 2021).

Mengidentifikasi sumber informasi yang diakses oleh generasi muda terkait perpajakan merupakan komponen esensial dalam mendukung peningkatan tingkat literasi pajak pada kelompok tersebut. Berbagai media memiliki pengaruh yang berbeda terhadap preferensi dan pemahaman tiap generasi. Berdasarkan hasil Survei Pajak dan Politik DDTCNews (2023), pemerintah melalui kanal resminya seperti situs web, media sosial, dan kantor

pajak merupakan sumber informasi paling dominan bagi seluruh kelompok usia. Terdapat perbedaan signifikan dalam preferensi antar generasi terhadap jenis media lainnya. Data berikut menyajikan distribusi sumber utama informasi perpajakan berdasarkan kategori generasi.

Tabel 1. 1
Distribusi Media Utama untuk Mendapatkan Informasi Perpajakan
Berdasarkan Generasi

Sumber Informasi Utama	Generasi Z	Milenial	Generasi X	<i>Baby Boomers</i>
Pemerintah (situs web, media sosial, kantor pajak, dan pegawai pemerintah)	47,2%	48,0%	55,1%	50,0%
Media massa cetak dan elektronik	24,9%	26,8%	26,0%	34,5%
Media sosial selain pemerintah	22,5%	21,5%	15,5%	5,2%
Keluarga atau kolega	5,5%	3,8%	3,4%	10,3%

Sumber: DDTCNews, Survei Pajak dan Politik 2023

Mengacu pada temuan yang menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan pengetahuan perpajakan. Penelitian tersebut menemukan bahwa media sosial tidak hanya efektif dalam menyebarkan informasi perpajakan, tetapi juga berperan penting dalam sosialisasi dan edukasi masyarakat secara luas (Kurnia dan Khomsiyah, 2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa *platform* media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube* dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan materi perpajakan secara lebih menarik dan mudah diakses oleh generasi muda. Penelitian ini masih berfokus pada efektivitas media sosial dalam skala umum dan belum menguji secara spesifik pengaruhnya terhadap literasi perpajakan mahasiswa Generasi Z, terutama yang berada di perguruan tinggi. Penelitian terdahulu lainnya menemukan media sosial memberikan ruang bagi interaksi

dan diskusi yang dapat memperdalam pemahaman pengguna tentang topik perpajakan (Naradiasari dan Wahyudi, 2022). Penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek interaksi sosial tanpa menilai secara kuantitatif seberapa besar pengaruh interaksi tersebut terhadap literasi perpajakan mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z. Penelitian lain yang mendukung temuan ini juga seperti penelitian yang dilakukan oleh Gunarso tahun 2018 menunjukkan bahwa media sosial berpotensi besar dalam memfasilitasi pembelajaran aktif dan *kolaboratif*, yang sangat penting dalam konteks edukasi perpajakan di era digital (Gunarso et al., 2018). Penelitian ini belum mengintegrasikan peran aktor lain, seperti edukator online, yang dapat memperkuat kredibilitas informasi, serta faktor efektivitas penyampaian pesan yang dapat menentukan tingkat keberhasilan edukasi pajak.

Media sosial dan edukator online telah menjadi alat yang semakin penting dalam menyampaikan informasi kepada Generasi Z, termasuk dalam edukasi perpajakan. Namun sebagian besar penelitian tentang literasi perpajakan masih berfokus pada generasi yang lebih tua atau pendekatan tradisional. Penelitian yang dilakukan oleh pratama tahun 2025 menunjukkan bahwa literasi perpajakan di kalangan Generasi Z Indonesia masih memiliki celah signifikan, terutama dalam memahami aturan perpajakan (Pratama, 2025). Penelitian tentang pengaruh media sosial dan edukator online dalam konteks perpajakan masih terbatas. Sebuah studi di Surabaya menemukan bahwa literasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak Generasi

Z, tetapi peran lingkungan sosial dan media digital belum dieksplorasi secara mendalam (Dendeng et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa Generasi Z memiliki potensi besar sebagai wajib pajak di masa depan, namun tingkat literasi perpajakan mereka masih rendah dan pendekatan edukasi yang digunakan belum sepenuhnya sesuai dengan karakteristik digital mereka. Meskipun media sosial dan edukator *online* telah menunjukkan peran penting dalam menyampaikan informasi, kajian ilmiah yang secara khusus meneliti efektivitas keduanya dalam meningkatkan literasi perpajakan generasi ini masih terbatas.

Diperlukan penelitian yang mendalam untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh media sosial, edukator *online*, dan efektivitas penyampaian pesan dapat membentuk minat dan pemahaman perpajakan di kalangan Generasi Z, khususnya yang sedang menempuh pendidikan tinggi di wilayah Bali. Pemanfaatan *platform* digital yang sudah akrab bagi Generasi Z berpotensi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan literasi perpajakan, serta turut mendukung upaya edukasi yang dilakukan oleh pemerintah dan lembaga pendidikan.

Berdasarkan celah dari penelitian sebelumnya, penelitian ini mengisi kekosongan dengan tidak hanya meneliti pengaruh media sosial, tetapi juga menggabungkannya dengan peran edukator online dan efektivitas penyampaian pesan dalam meningkatkan literasi perpajakan Generasi Z di Bali. Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan relevan terhadap kondisi generasi muda di era digital.

B. Rumusan Masalah

Mempertimbangkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh media sosial terhadap minat Generasi Z dalam literasi perpajakan?
2. Bagaimanakah tingkat efektivitas penyampaian pesan mempengaruhi minat Generasi Z dalam literasi perpajakan melalui platform digital?
3. Bagaimanakah pengaruh peran edukator *online* dalam meningkatkan literasi perpajakan di kalangan Generasi Z?
4. Bagaimana interaksi antara media sosial, edukator *online*, dan efektivitas penyampaian pesan dapat berdampak pada minat Generasi Z dalam literasi perpajakan?

C. Batasan Masalah

Mempertimbangkan rumusan masalah, peneliti menetapkan beberapa batasan untuk memperjelas dan memfokuskan ruang lingkup penelitian. Batasan-batasan ini disesuaikan dengan konteks demografis, geografis, dan waktu agar hasil penelitian lebih terarah dan relevan. Penelitian ini menggunakan data tahun 2025 dan difokuskan pada individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z pada tahun 2025, yaitu mereka yang berusia antara 18 hingga 24 tahun, yang sedang menempuh pendidikan tinggi di wilayah Provinsi Bali. Rentang usia ini dipilih karena secara umum mencerminkan kelompok mahasiswa aktif yang berada dalam masa transisi menuju dunia kerja dan memiliki potensi sebagai wajib pajak di masa depan.

Karena keterbatasan waktu dan sumber daya, penelitian ini dilaksanakan secara terbatas di dua institusi pendidikan tinggi di Bali, yaitu:

1. Universitas Udayana, yang dipilih untuk mewakili kelompok mahasiswa dari jalur pendidikan akademik (universitas) di Bali.
2. Politeknik Negeri Bali, yang dipilih untuk mewakili mahasiswa dari jalur pendidikan vokasi (politeknik) di Bali.

Pemilihan dua kampus ini dilakukan secara purposif karena keduanya merupakan institusi pendidikan tinggi negeri yang memiliki jumlah mahasiswa yang signifikan dan representatif terhadap karakteristik Generasi Z di Bali. Melibatkan kedua jenis institusi tersebut memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai minat dan literasi perpajakan di kalangan mahasiswa dari latar belakang akademik maupun vokasi.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini dibuat dengan tujuan :

- a. Menganalisis pengaruh media sosial terhadap minat Generasi Z dalam literasi perpajakan di lingkungan perguruan tinggi di Bali.
- b. Mengetahui tingkat efektivitas penyampaian pesan melalui platform digital dalam memengaruhi minat Generasi Z terhadap literasi perpajakan.
- c. Mengetahui peran edukator online dalam meningkatkan literasi perpajakan di kalangan mahasiswa Generasi Z.

- d. Menjelaskan pengaruh antara media sosial, edukator online, dan efektivitas penyampaian pesan serta dampaknya terhadap minat Generasi Z dalam literasi perpajakan.

2. Manfaat Penelitian

Menindaklanjuti tujuan penelitian ini, terdapat manfaat praktis yang terbagi menjadi tiga bagian yang dijabarkan sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa generasi Z dalam literasi perpajakan, khususnya melalui peran media sosial, edukator online, dan efektivitas penyampaian pesan. Melalui penelitian ini, peneliti memperoleh pengalaman langsung dalam penerapan metode penelitian kuantitatif berbasis SEM-PLS, mulai dari pengumpulan data, pengolahan, hingga analisis model pengukuran dan struktural. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi pengembangan kompetensi peneliti dalam mengkaji literasi perpajakan di era digital, yang dapat menjadi bekal untuk penelitian lanjutan maupun pengembangan keilmuan di bidang perpajakan.

b. Wajib Pajak

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat langsung kepada Generasi Z sebagai wajib pajak potensial dengan meningkatkan literasi perpajakan mereka melalui pendekatan yang relevan dengan

gaya hidup mereka. Dengan memanfaatkan media sosial dan edukator *online* sebagai media penyampaian informasi yang efektif, Generasi Z dapat lebih memahami konsep perpajakan, manfaatnya, dan perannya dalam pembangunan negara. Edukasi ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya melaksanakan kewajiban pajak secara tepat waktu dan membentuk generasi muda yang patuh pajak dan berkontribusi pada keberlanjutan perekonomian Indonesia.

c. Otoritas Pajak

Penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi strategis kepada DJP terkait efektivitas penggunaan media digital, seperti media sosial dan edukator *online*, dalam menyampaikan informasi perpajakan kepada Generasi Z. Hasil penelitian dapat digunakan DJP untuk mengembangkan kampanye edukasi perpajakan berbasis digital yang lebih menarik, interaktif, dan sesuai dengan preferensi generasi muda. DJP dapat meningkatkan partisipasi dan kepatuhan pajak di kalangan Generasi Z dengan strategi yang lebih efektif, yang merupakan salah satu target penting dalam perluasan basis pajak.

d. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu memberi dampak positif bagi mahasiswa, terutama yang tergolong Generasi Z, yang erat kaitannya dengan teknologi digital dan media sosial. Melalui

temuan dalam penelitian ini, mahasiswa dapat memperoleh wawasan baru mengenai pentingnya literasi perpajakan serta bagaimana media digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukatif yang efektif dan relevan dengan kebutuhan generasi mereka. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi akademik dalam penyusunan karya ilmiah, tugas akhir, maupun penelitian lanjutan yang berkaitan dengan topik perpajakan, komunikasi digital, atau perilaku generasi muda dalam konteks pembangunan nasional.

e. Politeknik Negeri Bali

Bagi Politeknik Negeri Bali, penelitian ini menjadi referensi berharga dalam mengembangkan metode pembelajaran perpajakan yang inovatif dan berbasis digital. Hasil penelitian dapat digunakan oleh jurusan Akuntansi dan program studi Akuntansi Perpajakan untuk merancang kurikulum atau kegiatan pembelajaran yang lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan Generasi Z.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengaruh Media Sosial terhadap Literasi Perpajakan mahasiswa Generasi Z sebagai berikut :

Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z dalam literasi perpajakan. Berdasarkan hasil analisis menggunakan SEM-PLS, variabel Media Sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi perpajakan mahasiswa Generasi Z, dengan nilai *original sample* 0,324, *t-statistic* 4,603, dan *p-value* $0,000 < 0,05$, yang berarti semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin meningkat pula minat mahasiswa dalam memahami pajak. Pengaruh positif ini terjadi karena media sosial memiliki aksesibilitas tinggi, bersifat interaktif, serta mampu menyajikan konten visual yang menarik dan sesuai dengan karakter digital native Generasi Z. Data distribusi sumber informasi menunjukkan bahwa 47,2% Generasi Z memperoleh informasi pajak dari media sosial resmi pemerintah dan 22,5% dari media sosial non-pemerintah, sehingga memperkuat bukti bahwa media sosial merupakan saluran utama yang efektif dalam mendukung edukasi perpajakan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi *platform* yang efektif dalam

mendukung edukasi perpajakan karena bersifat interaktif, mudah diakses, dan sesuai dengan karakteristik generasi digital.

2. Pengaruh Edukator *Online* terhadap Literasi Perpajakan mahasiswa Generasi Z sebagai berikut :

Edukator online memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi perpajakan. Nilai *original sample* 0,175, *t-statistic* 1,885 > 1,64 dan *p-value* 0,030 < 0,05. Kejelasan penyampaian materi, kompetensi komunikatif, serta pemanfaatan teknologi dan media pembelajaran yang menarik oleh edukator *online* mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk mempelajari perpajakan. Faktor ini menegaskan pentingnya peran edukator dalam menciptakan metode pembelajaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

3. Pengaruh Efektivitas penyampaian pesan terhadap Literasi Perpajakan mahasiswa Generasi Z sebagai berikut :

Efektivitas penyampaian pesan juga berpengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z dalam literasi perpajakan. Nilai *original sample* 0,501, *t-statistic* 6,046 > 1,64, dan *p-value* 0,000 < 0,05. Penyajian konten yang persuasif, singkat, jelas, dan menarik secara visual terbukti mampu meningkatkan daya tarik dan motivasi mahasiswa untuk mempelajari perpajakan. Hal ini sesuai dengan karakter Generasi Z yang lebih responsif terhadap pesan yang bersifat visual dan interaktif.

4. Pengaruh Media Sosial, Efektivitas Penyampaian Pesan, dan Edukator Online terhadap Literasi Perpajakan mahasiswa Generasi Z sebagai berikut :

Secara simultan, media sosial, edukator online, dan efektivitas penyampaian pesan berkontribusi besar terhadap peningkatan minat Generasi Z dalam literasi perpajakan. Hasil uji menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas secara bersama-sama signifikan memengaruhi literasi perpajakan dengan nilai R-square sebesar 0,603, yang berarti bahwa 60,3% variasi literasi perpajakan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Kombinasi ketiga faktor ini menciptakan lingkungan belajar yang interaktif dan menarik, sehingga dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif bagi instansi terkait dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman perpajakan di kalangan generasi muda.

B. Implikasi

Penelitian ini memiliki implikasi baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat konsep dalam Teori Atribusi, Teori Komunikasi Persuasif, dan Teori Literasi Pajak, yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh faktor komunikasi, penyampaian pesan, serta motivasi internal. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi media sosial, edukator online, dan efektivitas pesan mampu mempengaruhi minat Generasi Z dalam memahami literasi perpajakan.

Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP), lembaga pendidikan, serta para edukator online agar memanfaatkan media digital secara optimal sebagai sarana edukasi pajak. DJP dapat mengembangkan strategi kampanye edukasi yang lebih kreatif dan interaktif melalui media sosial, mengingat generasi muda cenderung lebih tertarik pada konten visual dan teknologi digital. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam mengintegrasikan literasi pajak ke dalam kurikulum dengan metode yang inovatif berbasis teknologi. Penelitian ini juga berpotensi menjadi acuan dalam penyusunan program pengabdian masyarakat yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran pajak di kalangan generasi muda. Edukator online diharapkan dapat merancang materi edukatif secara lebih selektif agar sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan Gen Z. Kolaborasi yang terjalin antara pemerintah, institusi pendidikan, dan sektor informal diyakini mampu membentuk ekosistem pembelajaran pajak yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

C. Saran

1. Direktorat Jenderal Pajak disarankan untuk memperluas pemanfaatan media sosial dalam kampanye literasi pajak, dengan menghadirkan konten yang lebih kreatif, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z.
2. Edukator online perlu meningkatkan variasi media pembelajaran berbasis digital, serta mengembangkan kemampuan komunikasi yang

menarik sehingga mampu menumbuhkan minat belajar pajak pada generasi muda. Hal ini penting dilakukan karena berdasarkan hasil analisis, pengaruh edukator online terhadap literasi perpajakan memiliki nilai paling rendah dibandingkan dengan variabel lainnya, sehingga perlu adanya inovasi dalam penyajian materi agar kontribusi variabel ini semakin optimal.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel baru, memperluas sampel pada wilayah yang lebih luas, serta menggunakan metode analisis lain seperti SEM-PLS multigroup analysis agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F., & Handoko Putro, G. M. (2022). Digital Ethics: The Use of Social Media in Gen Z Glasses. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 158.
<https://doi.org/10.24912/jk.v14i1.13525>
- Agusetiawati, W. D., Askandar, N. S., & Nandiroh, U. (2024). Pengaruh Edukasi Pajak, Literasi Digital dan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 13(01), 680–691. <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra>,
- Ahmad, J., Hardianti, H., Firmansya, F., Hamid, H., & Erfina, E. (2020). Tax Literacy and Leadership Agility: Indigenous Peoples Awareness in Paying Taxes. *Iapa Proceedings Conference*, 224.
<https://doi.org/10.30589/proceedings.2020.406>
- Alfreda, E., & Witono, A. (2023). Strategi Komunikasi Humas DJP dalam Mengedukasi Perpajakan Pada Generasi Z Melalui Tiktok. *Cakrawala Repositori IMWI*, 5(2), 458–470.
<https://doi.org/10.52851/cakrawala.v5i2.141>
- Anwar Syadat, F., Kusyeni, R., & Fauziah, E. (2022). 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) ARTICLE INFO ABSTRACT. *Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 9(1), 70–81. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Aswat, I. (2025). The Critical Role of Tax Literacy Among Generation Z in Supporting the Indonesia Emas 2045 Vision. *Jurnal Sosial Teknologi*, 5(7), 2987–2997. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v5i7.32315>
- Athaya, N. G., & Valentino, S. F. (2021). Literasi Sadar Pajak terhadap Tax Compliance (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pendidikan Indonesia). *Indonesian Journal of Social and Political Sciences*, 2(1), 41–50.
<https://journal.epistemikpress.id/index.php/Epistemik/article/view/47>
- Baharuddin, N., & Rosli, H. (2022). The Content Analysis of Visual Storytelling Elements for Social Media Education Tools. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(10), 3022–3028.
<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i10/15275>
- Campus, T., & Barrow, F. (2023). *Further improving our understanding of the tax awareness , tax literacy and tax morale of young adults Paper accepted for Journal of Tax Administration – to be published in 2023 volume Phyllis*

Alexander (Corresponding Author) Bournemouth University Meri.

Darmayasa. (2020). *E-filling dan relawan pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi*. 4(2), 208–227.
<https://doi.org/10.33603/jka.v4i2.3949>

Darmayasa, I. N., & Hardika, N. S. (2024). Core tax administration system : the power and trust dimensions of slippery slope framework tax compliance model. *Cogent Business & Management*, 11(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2337358>

Darmayasa, I. N., Sudarma, I. M., Achsin, H. M., & Mulawarman, A. D. (2018). Constructed interpretation of tax compliance through the historicity, rationality, and actuality of pancasila (cases in Indonesia). *International Journal of Trade and Global Markets*, 11(1–2), 67–76.
<https://doi.org/10.1504/IJTM.2018.092481>

DDTCNews. (2023). *Kerelaan Bayar Pajak, Gen Z dan Milenial: Transparansi Penting*. Desember 6.
<https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1799025/kerelaan-bayar-pajak-gen-z-dan-milenial-transparansi-penting%0A>

Dendeng, R. K., Remy, D., Prasetya, E., & Magdalena, R. (2024). Tax Literacy and Social Environment: Influencing Tax Awareness in Surabaya's Generation Z. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)*, 8(3), 511–525.

Dusseau, M. (2019). *Motivation and Learning for the Generation Z Learner in Higher Education*. Capella University, 137.

Endang, K. (2024). *Systematic Literatur Review (SLR) : Pengaruh Determinan Kompetensi , Financial Reward dan Pertimbangan Pasar Kerja terhadap Minat Gen Z Berkarir Dibidang Perpajakan*. 3(3).
<https://doi.org/10.58192/profit.v3i3.2300>

Erstiawan, M., & Binawati, L. (2023). Sadar Pajak bagi Wajib Pajak Pemula Melalui Hybrid Webinar. *Prima Abdika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 125–135. <https://doi.org/10.37478/abdika.v3i2.2705>

Fatimah, S., Rashid, A., Syuhada, N., & Hassan, A. (2023). *The Use of YouTube as a Supplementary Method in Tax Teaching and Learning : Its Impact on Tax Awareness and Knowledge*. 16(2), 49–60.

Geisser, S. (1975). The predictive sample reuse method with applications. *Journal of the American Statistical Association*, 70(350), 320–328.
<https://doi.org/10.1080/01621459.1975.10479865>

Gunarso, P., Dewi, A. R., & Maheswari, V. N. (2018). Pengaruh Pengetahuan

- Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Pelaku Usaha Online. *Journal Geoekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Balikpapan*, 10(2), 43–56.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i2.521>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_7
- Hanum, L., Makatita, R. S. N., Chatarina Oktaviani, C. O., Febrianti, D. D. V., & Kadek Dwi, K. D. (2024). the Influence of Messages in Social Media on Taxpayer Compliance. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 8(3), 535–556. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2024.v8.i3.6598>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.
<https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hidayati, B., & Setia, I. (2024). *Millennial Vs Gen Z : Tax Knowledge , Tax Education , and Tax Compliance*. 4(2), 894–901.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59889/ijembis.v4i1.428>
- Hizam, S. M., Akter, H., Sentosa, I., & Ahmed, W. (2021). Digital competency of educators in the virtual learning environment : a structural equation modeling analysis. *Earth and Environmental Science* 704, 704, 1–10.
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/704/1/012023>
- Indriani, A., Saminem, Handayani, E. ., Sukardi, & Saprianto, R. (2024). Perpajakan Di Indonesia Melalui Program Sosialisasi. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5(1), 700–706.
- Khairi, R., Unde, A. A., & Bahfiarti, T. (2022). Analisis Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Online Edukasi Perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara. *Journal of Islamic Communication*, 4(2), 1–5.
- Kopipah. (2024). *Analisis Efektivitas Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Gen Z Melalui Program Pajak Bertutur Untuk Meningkatkan Kesadaran Pajak Di KPP Pratama Jakarta Tamansari , Jakarta Barat*. 5(2), 25–35.
- Kurnia, E., & Khomsiyah, K. (2023). Understanding Gen Z Tax Compliance Behaviour. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 25(2), 351–366.
<https://doi.org/10.34208/jba.v25i2.2181>
- Kurniawati, putri. (2017). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01(1952), 1–7.
- Liu, H., Xu, C. J., & Kim, A. (2023). *Tax Literacy and Tax Confidence in a US*

- College Population : Relations to Accounting and Tax Education. XXXIII*(Chardon 2007), 409–436.
- Lopez, E. N. B., & Abadiano, M. N. (2023). *Understanding Generation Z , The New Generation of Learners : A Technological-Motivational-Learning Theory. 44*(10), 770–784.
- Lyra, K. T., Isotani, S., Reis, R. C. D., Marques, L. B., & Pedro, L. Z. (2016). *Infographics or Graphics + Text : Which Material is Best for Robust Learning ?* 1–5.
- Mantik, J., Simanullang, T., & Pintor Siolemba Patiro, S. (2024). Enhancing tax education effectiveness through technology-based media and social change: a study on tax compliance among individual taxpayers. *Mantik Journal*, 7(4), 2685–4236.
- Musgrave, R. A., & Musgrave, P. B. (1989). *Public Finance in Theory and Practice. McGraw-Hill*.
- Naradiasari, N. S., & Wahyudi, D. (2022). Pengaruh Persepsi, Motivasi, Minat, dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Keputusan Pemilihan Berkarir Dibidang Perpajakan. *Owner*, 6(1), 99–110.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.622>
- Nugroho, V. Q., & Kurnia. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(1), 1–19.
- Pratama, M. A. R. (2025). Exploring Financial Literacy of Indonesian Generation Z: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda. *Jurnal Pemuda Indonesia*, 1(2), 1–17.
- Purnamiasih, N. N. A. S., & Mutiara, N. L. A. (2023). Literasi Pajak Melalui Media Sosial. *JAMAS : Jurnal Abdi Masyarakat*, 1(2), 124–129.
<https://doi.org/10.62085/jms.v1i2.20>
- Rahmawati, F., Aligarh, F., Wardani, M. K., & Puspitosari, I. (2025). Tax Compliance in the Digital Age : The Interplay Between Social Media and Tax Morale. *International Conference on Accounting and Finance*, 3, 548–558.
- Ryantini, K. T. Des, Putra Semadi, Y., & Damayanthi, L. P. E. (2022). Penguatan Literasi Perpajakan Melalui MPK Bahasa Indonesia sebagai Implementasi Karakter Nasionalis. *Mimbar Ilmu*, 27(3), 493–500.
<https://doi.org/10.23887/mi.v27i3.51410>
- Said, L. (2021). The effectiveness of online learning in tax training. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(6), 28–32.

- Setiawan, A., & Arwani, A. (2023). Can Social Media Drive Tax Compliance? Studies on Muslim Generation Z and Millennials and Sharia Compliance. *Jurnal Ekomomi Islam*, 14(1), 123–135. <https://doi.org/10.21580/economica.2023.14.1.14803>
- Siti, A., Nur, H., Dwi Agustina, Oktavia Ningsih, & Nopriyanti⁴, I. (2024). Teori Tentang Persepsi dan Teori Atribusi Kelley. *CiDEA Journal*, 3(1), 44–54. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v3i1.1810>
- Susilawati, N., Indriani, I., Riana, V., & Abyan, D. (2021). Tingkat Literasi Pajak Penghasilan Orang Pribadi Dan Determinannya (Studi Di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Dan Bekasi). *Sebatik*, 25(1), 286–295. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1288>
- Sustiyo, J. (2022a). Apakah Empati Mempengaruhi Kesadaran Pajak Generasi Z? *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(7), 1026–1037. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i7.834>
- Sustiyo, J. (2022b). Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. *Owner*, 6(1), 508–516. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.587>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tambunan, B. H. (2021). Pelayanan Perpajakan, Dan Sosialisasi Perpajakan, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Balige). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 21(1), 107–118. <https://doi.org/10.30596/jrab.v21i1.6531>
- Wanda, E. M. (2024). Pengaruh Literasi Digital Pada Generasi Z Terhadap Pergaulan Sosial Di Era Kemajuan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(12), 1035–1042. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i12.1078>
- Widiasri, D., & Fadjarenie, A. (2024). *The Effect of Tax Education, Tax Awareness, and Tax Morality on Tax Compliance of Individual*. April, 190–196. <https://doi.org/10.36713/epra2013>
- Wijaya, I., Nurdiniah, D., & Meita, I. (2024). Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Z Melalui Sistem Pajak Digital. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(3), 2572–2582. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v8i3.22524>
- Wulan, D. A. N., & Furqon, I. K. (2023). *Membangun Kesadaran Generasi Z akan Pentingnya Pajak di Era Digital*. 28.
- Wulandari, D. S., & Dasman, S. (2023). Taxpayer Compliance: The Role of

Taxation Digitalization System and Technology Acceptance Model (TAM) with Internet Understanding as a Mediating Variable. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(6), 2385–2396.

<https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i6.4653>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2), 96–102.

Yohana, E., & Masdupi, E. (2023). *The Influence of Financial Knowledge on Tax Literacy with Individual Financial Management Behavior as a Mediation Variable and Living Cost as Control Variabel in Generation “ Z ” in Padang City*. Atlantis Press International BV.

<https://doi.org/10.2991/978-94-6463-158-6>

Zallio, M. (2021). *Democratizing information visualization . A study to map the value of graphic design to easier knowledge transfer of scientific research . 1 . Introduction : The role of visual representations*.

<https://doi.org/10.1007/978-3-030-78221-4>

Zega, A., Gea, Y. V., Zebua, M. S., Ndraha, A. B., & Ferida, Y. (2024). *Strategi Peningkatan Kesadaran Pajak di Kalangan Generasi Muda dalam Era Digital: Analisis Peran Teknologi dan Pendidikan Menuju Indonesia Emas 2045*. 01(September), 11–22.

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI