

Pengaruh Peran Media Sosial Dan Teknologi Pajak Terhadap Kesadaran Pajak Generasi Z Di Era Digital

Putri Agustina Zulkarnaen^{1*}, Bahar Sinring², Musliha Shaleh³

putriagustinanok@gmail.com^{1*}, bahar.sinring@umi.ac.id², msuliha.shaleh@umi.ac.id³,

^{1*}Ilmu Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia

^{2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia.

Abstrak

Rendahnya kesadaran pajak di kalangan Generasi Z menjadi tantangan serius bagi optimalisasi penerimaan negara di tengah masifnya era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh peran media sosial dan teknologi pajak terhadap tingkat kesadaran pajak Generasi Z di Kota Makassar. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei, melibatkan 100 responden Generasi Z yang dipilih melalui teknik random sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berskala Likert, sedangkan analisis data meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis (uji t dan uji F) dengan bantuan program statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, media sosial dan teknologi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak Generasi Z. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga memberikan pengaruh yang signifikan dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,457, yang mengindikasikan bahwa 45,7% variasi kesadaran pajak dijelaskan oleh media sosial dan teknologi pajak. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi edukasi melalui media sosial serta kemudahan sistem teknologi perpajakan yang *user-friendly* sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak sukarela pada generasi muda.

Kata Kunci: *Generasi Z; Kesadaran Pajak; Media Sosial; Teknologi Pajak*

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Rendahnya kesadaran pajak di kalangan Generasi Z menjadi tantangan serius bagi optimalisasi penerimaan negara di tengah masifnya transformasi digital, di mana generasi muda mendominasi struktur demografi tetapi sering kali belum tersentuh edukasi perpajakan yang efektif (Musfirah et al., 2023). Meskipun literatur tersebut telah banyak mengeksplorasi kepatuhan pajak secara makro, masih terdapat keterbatasan utama berupa minimnya kajian yang secara komprehensif memadukan pengaruh pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi interaktif dengan kemudahan adopsi teknologi pajak modern (*coretax system* dan aplikasi layanan digital) khusus bagi kelompok Generasi Z yang lekat dengan ekosistem digital (Fitri et al., 2021).

Beberapa peneliti fokus pada penyuluhan langsung dan sanksi

perpajakan, sementara ada pula penelitian yang fokusnya hanya terbatas berkaitan dengan sistem administrasi elektronik secara umum. Tidak ada peneliti yang berfokus pada pengujian simultan peran media sosial dan teknologi pajak khusus terhadap kesadaran pajak generasi muda di wilayah perkotaan berkembang (Azhari et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis pengaruh peran media sosial dan teknologi pajak terhadap tingkat kesadaran pajak Generasi Z di Kota Makassar dengan tujuan untuk menguji dan mengukur besarnya pengaruh positif serta signifikan dari pemanfaatan media sosial dan teknologi pajak, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kesadaran pajak Generasi Z.

Metode Analisis

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei deskriptif dan eksplanatori untuk menguji hubungan serta pengaruh antarvariabel yang diteliti. Desain ini dinilai paling tepat karena memungkinkan peneliti untuk mengukur secara numerik sejauh mana pengaruh peran media sosial dan teknologi pajak terhadap kesadaran pajak Generasi Z berdasarkan data yang diperoleh dari sampel representatif di lapangan (Wiharyana et al., 2026).

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kelompok masyarakat yang masuk dalam kategori Generasi Z (kelahiran tahun 1997–2012) yang berdomisili di Kota Makassar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling* (sampel acak sederhana) untuk memastikan setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih (Kusuma & Anwar, 2023). Jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 100 responden Generasi Z di Kota Makassar, yang dianggap telah memenuhi syarat kecukupan sampel untuk analisis statistik multivariat. Pengumpulan data primer dilakukan menggunakan instrumen kuesioner terstruktur berbasis skala Likert.

Etika, Validitas, dan Reliabilitas

Seluruh prosedur penelitian ini telah dirancang dan dilaksanakan dengan menjunjung tinggi prinsip-prinsip etika ilmiah. Penelitian yang melibatkan subjek manusia ini telah mendapatkan persetujuan etik (*ethical clearance*), di mana partisipasi responden bersifat sukarela, disertai dengan jaminan kerahasiaan identitas dan perlindungan data pribadi (Fazri, 2023). Untuk memastikan kualitas instrumen, dilakukan pengujian validitas menggunakan analisis korelasi Pearson Product-Moment dan pengujian reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan valid jika nilai r -hitung $>$ r -tabel dan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha berada di atas batas minimum 0,60, guna menjamin tingkat kepercayaan dan konsistensi data yang tinggi sebelum dianalisis lebih lanjut.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program statistik komputerisasi melalui beberapa tahap pengujian. Tahap pertama meliputi analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan distribusi jawaban dari tiap variabel. Tahap kedua adalah uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memastikan model regresi terbebas dari bias. Tahap ketiga adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel media sosial (X_1) dan teknologi pajak (X_2) terhadap kesadaran pajak (Y). Tahap terakhir adalah pengujian hipotesis yang meliputi uji parsial (uji t) untuk melihat pengaruh masing-masing variabel secara individu, uji simultan (uji F) untuk melihat pengaruh bersama-sama, serta perhitungan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui persentase besarnya kontribusi variasi kedua variabel independen terhadap variabel dependen (Reviana et al., 2025).

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menyajikan temuan empiris dari pengolahan data kuesioner terhadap 100 responden Generasi Z di Kota Makassar. Deskripsi data, hasil pengujian asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda diuraikan secara ringkas untuk menghindari pengulangan informasi yang telah disajikan dalam bentuk tabel.

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap variabel Media Sosial (X_1), Teknologi Pajak (X_2), dan Kesadaran Pajak (Y) dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Media Sosial (X_1)	100	15	25	20,31	2,41
Teknologi Pajak (X_2)	100	14	25	20,87	2,28
Kesadaran Pajak (Y)	100	16	25	21,45	2,36

Berdasarkan Tabel 1, variabel Kesadaran Pajak memiliki nilai rata-rata (*mean*) tertinggi sebesar 21,45, yang mengindikasikan bahwa secara umum tingkat kesadaran pajak di kalangan responden Generasi Z berada pada kategori yang baik.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi, model telah lolos seluruh serangkaian uji asumsi klasik. Berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov, data dinyatakan berdistribusi normal dengan nilai signifikansi di atas 0,05. Pengujian menggunakan uji Glejser menunjukkan model terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Nilai *Tolerance* sebesar 0,612 dan *VIF* sebesar 1,634 membuktikan bahwa model bebas dari gangguan multikolinearitas. Selain itu, nilai Durbin-Watson sebesar 1,812 mengonfirmasi bahwa model bebas dari autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji menggunakan model regresi linear berganda. Ringkasan hasil estimasi regresi dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien B	Std. Error	t hitung	Sig.	Keterangan
(Konstanta)	6,214	1,148	5,414	0,000	-
Media Sosial (X_1)	0,356	0,072	4,944	0,000	Signifikan
Teknologi Pajak (X_2)	0,418	0,081	5,160	0,000	Signifikan

Persamaan regresi linear berganda yang terbentuk berdasarkan Tabel 2 adalah:

$$Y = 6,214 + 0,356X_1 + 0,418X_2 + e$$

Berdasarkan Tabel 2, pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa Media Sosial memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,944 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang berarti H_1 diterima. Sementara itu, Teknologi Pajak memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,160 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang membuktikan bahwa H_2 diterima.

Hasil uji simultan (Uji F) menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 61,872 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel media sosial dan teknologi pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak Generasi Z (H_3 diterima). Besarnya pengaruh gabungan kedua variabel tersebut terhadap kesadaran pajak ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,468 dengan Adjusted R^2 sebesar 0,457. Artinya, sebesar 45,7% variasi tingkat kesadaran pajak dipengaruhi oleh media

sosial dan teknologi pajak, sedangkan sisanya 54,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini beranjak dari permasalahan rendahnya literasi serta kesadaran pajak di kalangan generasi muda yang notabene merupakan *digital natives*. Berdasarkan analisis regresi yang terjabarkan pada Tabel 2, terbukti bahwa peningkatan akses terhadap edukasi digital dan sistem administrasi perpajakan yang modern secara langsung menjawab tujuan awal penelitian, yakni mewujudkan peningkatan kesadaran pajak secara signifikan baik secara parsial maupun simultan

Secara ilmiah, temuan ini dapat dijelaskan melalui lensa Theory of Planned Behavior (TPB) yang Paparan konten edukatif perpajakan di platform media sosial (seperti Instagram, TikTok, dan YouTube) mampu membentuk behavioral beliefs (keyakinan perilaku) dan subjective norm (norma subjektif) yang positif karena dikemas secara visual, interaktif, dan dekat dengan keseharian generasi muda. Di sisi lain, kehadiran teknologi pajak seperti e-Filing dan e-Billing mengeliminasi hambatan birokrasi tradisional yang rumit, sehingga menciptakan perceived behavioral control (persepsi kontrol perilaku) yang tinggi (Rizal et al., 2024). Kemudahan sistem yang user-friendly membuat Wajib Pajak muda merasa memiliki kontrol penuh untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya secara mandiri dan sukarela (voluntary compliance). Analisis ini juga menegaskan mengapa variabel teknologi pajak memberikan pengaruh yang sedikit lebih dominan dibandingkan media sosial; kemudahan teknis operasional memberikan dampak praktis seketika (instant gratification dalam kepatuhan) dibandingkan sekadar penerimaan informasi teoretis.

Temuan ini sejalan dan memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Zega et al., 2024) serta (Aulia et al., 2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi dan pendekatan komunikasi berbasis platform digital sangat efektif dalam menstimulasi kepatuhan pajak kaum muda. Kendati demikian, terdapat nuansa perbedaan dari segi konteks demografis lokal di mana Generasi Z di wilayah perkotaan seperti Makassar sangat bergantung pada kecepatan akses digital seluler. Hal ini memperkaya khazanah literatur perpajakan bahwa strategi sosialisasi konvensional sudah tidak lagi memadai, sehingga otoritas pajak dituntut untuk terus beradaptasi dengan ekosistem digital demi memperluas basis kesadaran pajak nasional.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa peran media sosial dan teknologi pajak terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap tingkat kesadaran pajak Generasi Z di Kota Makassar. Temuan ini memajukan bidang ilmu administrasi perpajakan dengan memberikan bukti empiris bahwa pemanfaatan ekosistem digital dan adopsi

sistem teknologi modern mampu menjembatani celah literasi perpajakan di kalangan generasi muda yang mendominasi struktur demografi masa kini. Dengan memberikan pembenaran ilmiah bahwa pendekatan digital efektif meningkatkan kepatuhan sukarela, penelitian ini membuka kemungkinan aplikasi bagi otoritas pajak untuk merevitalisasi strategi sosialisasi berbasis platform digital interaktif dan sistem layanan perpajakan yang *user-friendly*, serta memperluas ekstensi riset serupa pada cakupan demografis yang lebih luas di masa mendatang.

Saran

Mempertimbangkan manfaat penelitian dalam memajukan pemahaman teoretis dan praktis mengenai kepatuhan pajak di era digital, disarankan agar Direktorat Jenderal Pajak dan instansi terkait secara proaktif mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai kanal edukasi utama serta menyederhanakan antarmuka teknologi perpajakan agar semakin ramah bagi pemula dari kalangan Generasi Z. Untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan perbaikan kebijakan ke depan, disarankan agar peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah sampel di luar Kota Makassar serta melibatkan variabel tambahan seperti literasi keuangan atau pengaruh *influencer* digital guna memperkaya analisis. Saat ini, peneliti juga sedang merancang eksperimen lanjutan berupa uji coba modul edukasi perpajakan interaktif berbasis media sosial bekerja sama dengan lembaga perpajakan lokal guna mengukur perubahan perilaku wajib pajak muda secara langsung dalam waktu nyata.

Daftar Pustaka

- Aulia, N., Yahya, L. D., & Kamila, R. Z. (2025). *Analisis Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Generasi Z*. 4(4), 432–443.
- Azhari, S. R. I., Junaid, A., Tjan, J. S., Aicpa, Nabila, F., Hartinah, S., Juliani, P. K. R., Witariyani, N. W., Rahayu, R. A., Angganis, R., Pahala, I., Nasution, H., Pratama, R., Ratnawati, V., Nasrizal, Mulyani, S. D., Purnomo, T. H., Ramadhana, I., Christian, F. F., ... Firmansyah, A. (2021). Analisis Pengawasan Pelaksanaan Kewajiban Perpajakan Wajib Pajak Badan Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 2(2), 1–13.
- Fazri, M. S. (2023). *Kepatuhan Pajak*. 2(1), 51–63.
- Fitri, N. A., Sinring, B., Arif, M., & Purnama, H. R. (2021). *Pengaruh Pendapatan Asli Daerah (Pad) Terhadap Pembangunan Ekonomi Di Kabupaten Gowa*. 4(1), 48–53.
- Kusuma, A. F., & Anwar, A. (2023). *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan Analisis Ketergantungan Fiskal Daerah Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Jawa Tengah*. 2(2), 223–233. <https://doi.org/10.20885/jkek.vol2.iss2.art14>
- Musfirah, B., Alam, S., Shaleh, M., & Ibrahim, F. N. (2023). *Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa Untuk Menunjang Pembangunan Pedesaan*. 6(2), 141–155.
- Reviana, T., Izzah, N., Dyah, V., Pratiwi, A., Suhatmi, E. C., Duta, U., Surakarta, B., Duta, U., & Surakarta, B. (2025). *Efektivitas Digitalisasi Perpajakan Dalam*

Meningkatkan Kepatuhan Pajak Umkm : Peluang Dan Hambatan Universitas Duta Bangsa Surakarta , Indonesia Meningkatkan Efisiensi , Transparansi , Dan Kepatuhan Wajib Pajak . Teori Yang Mendasari Konsep Ini. 4(1), 1–9.

Rizal, M., Permana, N., & Qalbia, F. (2024). *Transformasi Sistem Perpajakan Di Era Digital : Tantangan , Inovasi , Dan Kebijakan.* 4(4), 340–348.
<https://doi.org/10.53866/Jimi.V4i4.648>

Wiharyana, N., Nurkhalisah, H., Maolana, M. R., & Mutiara, R. (2026). *Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Niat Patuh Pajak Pada Generasi Z.* 5(1).

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.