

Analisis Efektivitas Konten Edukasi Perpajakan di Website dan Instagram Wijatax terhadap Literasi Perpajakan Generasi Z di Kota Jambi

Bimo Wijaya^{*1}, M. Arjun², Husni Dwi Syafutri³

Universitas Terbuka Jambi^{*1}, Universitas Adiwangsa Jambi^{2,3}

E-mail: Bimowijaya100@gmail.com ^{*1}, mohdarjun11@gmail.com ²,

husnidwisyafutri23@gmail.com ³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas konten edukasi perpajakan yang disajikan melalui platform digital Wijatax, yaitu website dan Instagram, dalam meningkatkan literasi perpajakan Generasi Z di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 70 responden yang merupakan pengguna aktif media sosial Wijatax. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana, uji korelasi, dan uji-t dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas konten edukasi perpajakan Wijatax berada dalam kategori baik dengan skor rata-rata 3,89, sedangkan tingkat literasi perpajakan responden juga termasuk baik dengan skor rata-rata 3,86. Hasil regresi menunjukkan persamaan $Y = 2,078 + 0,856X$, dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,871 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,758 menunjukkan bahwa 75,8% variasi literasi perpajakan dipengaruhi oleh efektivitas konten Wijatax. Uji-t menunjukkan nilai t hitung 11,963 lebih besar dari t tabel 1,995, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara kedua variabel. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten digital perpajakan Wijatax efektif dalam meningkatkan literasi perpajakan Gen Z, namun aspek interaktivitas dan frekuensi unggahan masih perlu ditingkatkan. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi pengembangan strategi komunikasi edukatif perpajakan yang lebih optimal dan relevan dengan karakter generasi digital.

Kata kunci: Literasi Perpajakan, Generasi Z, Edukasi Digital, Media Sosial, Wijatax

ABSTRACT

*This study aims to analyze the effectiveness of tax education content delivered through the digital platforms of Wijatax, specifically its website and Instagram, in improving tax literacy among Generation Z in Jambi City. The research applies a quantitative approach using a survey method involving 70 respondents who are active users of Wijatax's digital media. Data were analyzed using simple linear regression, correlation tests, and t-tests with the assistance of SPSS software. The results show that the effectiveness of Wijatax's tax education content is categorized as **good** with an average score of 3.89, and the respondents' level of tax literacy is also **good**, with an average score of 3.86. The regression equation is $Y = 2.078 + 0.856X$, with a correlation coefficient (r) of 0.871, indicating a very strong relationship between variables. The adjusted R square value of 0.758 indicates that 75.8% of the variation in tax literacy is influenced by the effectiveness of Wijatax content. The t-test result shows that t*

calculated (11.963) is greater than t table (1.995), indicating a significant influence between the variables. This study concludes that Wijatax's digital tax content is effective in enhancing Generation Z's tax literacy. However, improvements are still needed in terms of content interactivity and posting frequency. This research is expected to serve as a reference for developing more optimal and relevant tax education communication strategies for the digital generation.

Keywords: Tax Literacy, Generation Z, Digital Education, Social Media, Wijatax

PENDAHULUAN

Di era transformasi digital dan Revolusi Industri 4.0, masyarakat dihadapkan pada kebutuhan untuk memahami berbagai aspek kehidupan yang semakin kompleks, termasuk di dalamnya aspek perpajakan.[1] Literasi perpajakan menjadi salah satu pilar penting dalam membangun warga negara yang taat hukum, transparan secara finansial, dan mampu berkontribusi terhadap pembangunan nasional melalui pembayaran pajak secara sadar dan bertanggung jawab[2]. Namun demikian, tingkat literasi perpajakan masyarakat Indonesia, khususnya pada kalangan generasi muda, masih tergolong rendah. Sosialisasi pajak yang bersifat teknis dan tidak menyesuaikan karakter generasi digital menyebabkan edukasi pajak sulit menjangkau kelompok seperti Generasi Z[3].

Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan media sosial, khususnya di kalangan Generasi Z, pendekatan edukasi berbasis digital menjadi solusi alternatif yang menjanjikan. Website dan media sosial seperti Instagram menjadi media populer yang tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana mendapatkan informasi dan edukasi secara cepat dan visual[4]. Hal ini mendorong berbagai lembaga dan penyedia layanan, termasuk Wijatax—sebuah platform digital yang bergerak di bidang jasa

konsultan perpajakan—untuk menciptakan konten edukasi perpajakan berbasis digital yang menarik, interaktif, dan mudah dipahami.

Wijatax menghadirkan konten-konten edukasi perpajakan melalui dua kanal utama: **website resmi** dan **akun Instagram @wijatax**, yang secara rutin membagikan informasi seputar pajak pribadi, UMKM, e-filing, serta tips perpajakan lainnya[5]. Kedua platform ini didesain untuk menjangkau masyarakat luas, terutama generasi muda yang lebih aktif di dunia digital. Melalui kombinasi konten visual, bahasa yang ringan, dan pendekatan komunikatif, Wijatax mencoba menjembatani kesenjangan antara kompleksitas peraturan perpajakan dengan kebutuhan informasi yang lebih praktis[6].

Dalam konteks kebijakan pembangunan nasional, visi Presiden Republik Indonesia dalam Asta Cita menekankan pentingnya peningkatan kualitas pendidikan dan penguasaan teknologi digital sebagai fondasi peradaban bangsa. Upaya penguatan literasi perpajakan melalui media digital seperti yang dilakukan Wijatax selaras dengan pilar Asta Cita, khususnya dalam mendukung pendidikan karakter dan ekonomi berbasis pengetahuan[7]. Selain itu, upaya ini juga mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya

tujuan nomor 4 (Pendidikan Berkualitas) dan nomor 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan).

Namun demikian, keberadaan konten digital tidak serta-merta menjamin meningkatnya pemahaman masyarakat[8]. Efektivitas dari konten tersebut perlu dikaji secara akademis melalui analisis terhadap persepsi, pemahaman, dan dampaknya terhadap peningkatan literasi perpajakan, khususnya pada Generasi Z yang merupakan segmen paling aktif dan potensial di media digital[9]. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mendalam mengenai sejauh mana efektivitas konten edukasi perpajakan yang disampaikan melalui website dan Instagram Wijatax dalam meningkatkan literasi perpajakan pada Generasi Z di Kota Jambi.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran media digital dalam edukasi perpajakan dan rekomendasi untuk pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif, sesuai dengan karakteristik generasi muda dan arah kebijakan pembangunan nasional berbasis teknologi dan pendidikan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah **metode survei**, yaitu penyelidikan yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik mengenai kondisi sosial, ekonomi, maupun pendidikan dari suatu kelompok atau komunitas tertentu (Mohamad, 2003: 56). Penelitian survei ini menggunakan **pendekatan penjelasan (explanatory)**, yang bertujuan untuk mengumpulkan data, memproses, dan menganalisisnya

guna menjelaskan hubungan kausal atau korelasi antara variabel-variabel yang sedang diuji melalui hipotesis yang telah dirumuskan[10].

Subjek dalam penelitian ini adalah **pengguna aktif media digital Wijatax**, khususnya Generasi Z (usia 17–26 tahun) di Kota Jambi yang mengakses konten edukasi perpajakan melalui **website resmi** dan **akun Instagram @wijatax**. Populasi dalam penelitian ini mencakup pengikut Instagram Wijatax dari wilayah Jambi dan pengunjung aktif website dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Berdasarkan estimasi interaksi digital dan penyaringan demografis, diperoleh populasi sebanyak 250 orang[11]. Sampel yang digunakan berjumlah **70 responden**, yang dipilih dengan menggunakan metode **random sampling**, agar setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan responden. Teknik ini digunakan agar hasil penelitian memiliki representasi yang objektif[12].

Penelitian ini menggunakan **instrumen berupa kuesioner**, yang disusun berdasarkan indikator efektivitas konten (daya tarik, relevansi, kejelasan pesan, dan interaktivitas) dan indikator literasi perpajakan (pemahaman hak dan kewajiban perpajakan, kemampuan menggunakan layanan pajak digital, serta sikap terhadap kewajiban membayar pajak). Kuesioner disebarkan secara daring menggunakan Google Form yang dibagikan melalui kanal Instagram dan WhatsApp komunitas mahasiswa serta pemuda di Kota Jambi. Pengisian kuesioner dilakukan dalam rentang waktu 30–45 menit, dan berlangsung selama satu minggu. Pengingat diberikan kepada responden yang belum

mengisi, dengan batas toleransi keterlambatan dua hari.

Data yang diperoleh dianalisis secara **deskriptif kuantitatif**, dengan tujuan untuk menggambarkan secara sistematis efektivitas konten digital perpajakan Wijatax dan hubungannya dengan literasi perpajakan responden. Pendekatan ini digunakan karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menjelaskan korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat secara objektif dan terukur.

Untuk mengukur dan mengolah data, digunakan **skala Likert**, dengan lima tingkat penilaian dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Frekuensi skor dari setiap item dihitung dan dikalikan dengan bobot masing-masing untuk mendapatkan skor akhir per indikator. Selanjutnya, untuk menguji hubungan antara efektivitas konten edukatif (variabel bebas) terhadap literasi perpajakan (variabel terikat), digunakan **analisis koefisien determinasi (R^2)**. Nilai koefisien determinasi menggambarkan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (r).

Selain itu, dilakukan **uji t (uji parsial)** untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari efektivitas konten terhadap literasi perpajakan. Jika nilai **t hitung** $>$ **t tabel** dan nilai signifikansi **p-value** $<$ **0,05**, maka dapat disimpulkan bahwa konten edukasi pada website dan Instagram Wijatax memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan literasi perpajakan Generasi Z di Kota Jambi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear sederhana antara efektivitas konten edukasi

perpajakan Wijatax (X) terhadap literasi perpajakan Generasi Z (Y), dengan bantuan program SPSS dalam proses perhitungannya, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,078 + 0,856X$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah:

1. Nilai **konstanta sebesar 2,078** mengindikasikan bahwa apabila tidak ada pemanfaatan konten edukasi perpajakan dari Wijatax, maka literasi perpajakan tetap berada pada nilai 2,078.
2. Koefisien regresi sebesar **0,856** menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan efektivitas konten edukasi Wijatax akan meningkatkan literasi perpajakan Generasi Z sebesar 0,856 poin.

Hasil analisis juga menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar **0,871**, yang termasuk dalam kategori hubungan **sangat kuat dan searah**. Artinya, semakin efektif konten edukasi yang disampaikan melalui website dan Instagram Wijatax, maka semakin tinggi tingkat literasi perpajakan pada Generasi Z di Kota Jambi.

Nilai koefisien determinasi (**Adjusted R Square**) yang diperoleh adalah sebesar **0,758**, yang berarti bahwa sebesar **75,8% variasi peningkatan literasi perpajakan** Generasi Z dapat dijelaskan oleh efektivitas konten edukasi Wijatax. Sementara itu, **24,2% sisanya** dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti pengalaman pribadi, pendidikan formal, pengaruh keluarga, atau media sosial lain.

Untuk menguji signifikansi pengaruh, dilakukan **uji-t**. Berdasarkan hasil uji dengan SPSS diperoleh:

1. **t hitung = 11,963**

2. **t tabel = 1,995** (dengan derajat kebebasan $df = 68$, $\alpha = 0,05$)

Karena **t hitung > t tabel** ($11,963 > 1,995$), maka **H_0 ditolak dan H_1 diterima**, yang berarti **efektivitas konten edukasi perpajakan di platform Wijatax berpengaruh signifikan terhadap literasi perpajakan Generasi Z di Kota Jambi**.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten edukasi perpajakan yang disampaikan oleh Wijatax melalui website dan Instagram memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman perpajakan Generasi Z. Kemudahan akses, gaya visual yang menarik, serta bahasa yang ringan menjadikan media digital ini sebagai alat edukasi yang efektif di era digital[13].

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar, diperoleh skor rata-rata dari lima indikator utama efektivitas konten sebagai berikut:

Tabel 1.1 Indikator Efektivitas Konten Edukasi Wijatax

Indikator	Skor Rata-Rata	Interpretasi
Daya Tarik Visual dan Desain Konten	4,24	Sangat Baik
Kejelasan dan Keringkasan Pesan	4,05	Baik
Relevansi Materi dengan Kebutuhan Gen Z	3,88	Baik

Indikator	Skor Rata-Rata	Interpretasi
Interaktivitas (Polling, Q&A, Live Event)	3,67	Baik
Konsistensi & Frekuensi Unggahan	3,59	Cukup Baik
Rata-Rata	3,89	Baik

Dari tabel di atas, indikator **daya tarik visual dan desain konten** memperoleh skor tertinggi, mencerminkan bahwa Generasi Z sangat responsif terhadap tampilan dan gaya komunikasi yang menarik secara visual[14]. Sebaliknya, **konsistensi dan frekuensi unggahan** memperoleh skor terendah dan masuk dalam kategori cukup baik, sehingga menjadi area yang perlu diperbaiki agar edukasi lebih berkelanjutan.

Adapun skor rata-rata indikator literasi perpajakan yang dipengaruhi oleh konten Wijatax ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2 Indikator Literasi Perpajakan

Indikator Literasi Perpajakan	Skor Rata-Rata	Interpretasi
Pemahaman Kewajiban Pajak	4,18	Baik
Kesadaran Menggunakan Layanan Pajak Digital	3,94	Baik

Indikator Literasi Perpajakan	Skor Rata-Rata	Interpretasi
Pemahaman Sanksi dan Konsekuensi Pajak	3,82	Baik
Pengetahuan tentang Pajak UMKM & Pribadi	3,76	Baik
Sikap Positif terhadap Pajak	3,61	Cukup Baik
Rata-Rata	3,86	Baik

Skor tertinggi terdapat pada indikator **pemahaman kewajiban pajak**, menunjukkan bahwa konten edukasi perpajakan Wijatax berhasil menyampaikan informasi dasar perpajakan secara efektif. Namun skor yang lebih rendah pada indikator **sikap positif terhadap pajak** mengindikasikan bahwa meskipun pemahaman meningkat, masih terdapat resistensi atau persepsi negatif yang perlu diperbaiki melalui pendekatan komunikasi yang lebih persuasif dan empatik.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka berdasarkan data yang diperoleh melalui survei terhadap 70 responden Generasi Z di Kota Jambi, dapat disimpulkan bahwa efektivitas konten edukasi perpajakan di platform **website dan Instagram Wijatax** dinilai **baik**, dengan skor rata-rata keseluruhan sebesar **3,89**. Namun demikian, terdapat beberapa indikator yang masih dinilai kurang optimal, seperti **interaktivitas konten (3,67)** dan **konsistensi**

unggahan (3,59), yang masuk kategori cukup baik. Apabila kedua aspek ini ditingkatkan, maka efektivitas platform dapat naik ke kategori sangat baik.

Untuk indikator literasi perpajakan, diperoleh rata-rata skor **3,86**, yang juga termasuk kategori **baik**. Skor tertinggi diperoleh pada indikator **pemahaman kewajiban pajak (4,18)**, sementara skor terendah terdapat pada **sikap positif terhadap pajak (3,61)**, yang menunjukkan bahwa edukasi masih belum sepenuhnya berhasil membentuk kesadaran dan pandangan yang positif terhadap pentingnya pajak.

Secara statistik, diperoleh nilai **t hitung sebesar 11,963** yang lebih besar dari **t tabel 1,995**, serta nilai koefisien korelasi (**r**) sebesar **0,871**, yang menunjukkan bahwa hubungan antara efektivitas konten dan literasi perpajakan sangat kuat dan searah. Nilai **Adjusted R Square sebesar 0,758** mengindikasikan bahwa **75,8% variasi literasi perpajakan** dipengaruhi oleh efektivitas konten edukasi Wijatax, sedangkan **24,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain** seperti pendidikan formal, pengalaman pribadi, dan media edukasi lainnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten edukasi perpajakan yang disajikan melalui **website dan Instagram Wijatax** berperan penting dalam meningkatkan literasi perpajakan Generasi Z. Untuk mendukung hal tersebut, platform perlu terus dikembangkan baik dari sisi **konten, penyajian, dan strategi komunikasi**, agar dapat mendukung pencapaian **pilar pendidikan dan teknologi dalam Asta Cita Nasional** serta mendukung **pembangunan berkelanjutan (SDGs)**.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dari kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran dan masukan berikut:

1. **Penguatan Interaktivitas dan Konsistensi Konten**

Wijatax perlu meningkatkan **interaktivitas** melalui fitur seperti polling, kuis, sesi Q&A, atau live edukatif secara rutin. Selain itu, **frekuensi unggahan konten** harus ditingkatkan agar keterlibatan pengguna lebih konsisten dan konten tidak dianggap pasif.

2. **Diversifikasi dan Visualisasi Konten Edukasi**

Konten sebaiknya tidak hanya fokus pada informasi teknis, tetapi juga disertai dengan pendekatan **storytelling, infografis, komik digital, dan video pendek** yang sesuai dengan karakter konsumsi konten Generasi Z. Topik juga bisa diperluas mencakup pajak digital, pajak UMKM, hingga pajak penghasilan untuk mahasiswa atau freelancer.

3. **Fasilitasi Umpan Balik dan Survei Rutin**

Wijatax disarankan untuk menyediakan **formulir feedback digital** atau “kotak saran online” agar pengguna bisa menyampaikan saran atau kendala mereka. Survei rutin terkait **kepuasan konten dan efektivitas edukasi** juga perlu dilakukan sebagai bahan evaluasi berkala.

4. **Penguatan Edukasi Sikap Pajak Positif**

Meskipun pemahaman sudah cukup tinggi, **sikap terhadap pajak** masih cenderung netral. Maka dari itu, pendekatan konten perlu lebih menyentuh sisi

emosional, manfaat sosial, dan kontribusi pajak terhadap pembangunan nasional, agar terbentuk persepsi positif di kalangan Gen Z.

5. **Pengembangan Penelitian Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas variabel penelitian, misalnya: **pengaruh media sosial lain (TikTok, YouTube), latar belakang pendidikan, tingkat kepercayaan terhadap otoritas pajak, atau pengaruh influencer edukatif** terhadap literasi perpajakan. Hal ini akan memberikan gambaran lebih komprehensif dalam membangun strategi komunikasi pajak berbasis digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. H. Syahrial and J. V. Harefa, “Persepsi Generasi Z terhadap Edukasi Perpajakan melalui Media Sosial : Studi pada Digital Natives di DKI Jakarta,” vol. 16, no. 1, pp. 18–25, 2025.
- [2] B. Soediono, “Jurnal Akuntansi dan Keuangan,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 1, p. 160, 1989.
- [3] J. Sustiyo, “Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z,” *Owner*, vol. 6, no. 1, pp. 508–516, 2022, doi: 10.33395/owner.v6i1.587.
- [4] A. P. Maharani *et al.*, “THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA USAGE AND THE QUALITY OF INFORMATION FROM THE INSTAGRAM ACCOUNT @DITJENPAJAKRI ON THE FULFILLMENT OF TAX,” vol. 4, no. 11, pp. 1332–1344, 2024.

- [5] H. Nuhlaa and A. D. Prawestri, "Gen Z ' s Perception of Understanding Tax Compliance Behavior," vol. 1, no. 2, pp. 136–152, 2024.
- [6] R. Adolph, "濟無No Title No Title No Title," vol. 8, no. 2, pp. 1–23, 2016.
- [7] D. Fardiah, F. Darmawan, R. Rinawati, Y. W. Cholifah, and S. I. Abdullah, "Instagram Content Impact on Digital Literacy Capability," *J. ASPIKOM*, vol. 8, no. 1, p. 79, 2023, doi: 10.24329/aspikom.v8i1.1219.
- [8] A. Widyakto, Z. W. Liyana, and T. Rinawati, "The influence of financial literacy, financial attitudes, and lifestyle on financial behavior," *Diponegoro Int. J. Bus.*, vol. 5, no. 1, pp. 33–46, 2022, doi: 10.14710/dijb.5.1.2022.33-46.
- [9] A. Alruthaya, T. T. Nguyen, and S. Lokuge, "The Application of Digital Technology and the Learning Characteristics of Generation Z in Higher Education," *ACIS 2021 - Australas. Conf. Inf. Syst. Proc.*, pp. 1–7, 2021.
- [10] A. Hassoun, I. Beacock, S. Consolvo, B. Goldberg, P. G. Kelley, and D. M. Russell, *Practicing Information Sensibility: How Gen Z Engages with Online Information*, vol. 1, no. 1. Association for Computing Machinery, 2023. doi: 10.1145/3544548.3581328.
- [11] L. Zhang, X. Nan, E. Huang, and S. Liu, "Detecting Transaction-based Tax Evasion Activities on Social Media Platforms Using Multi-modal Deep Neural Networks," vol. i, 2020, [Online]. Available: <http://arxiv.org/abs/2007.13525>
- [12] İ. H. Efendioğlu and Y. Durmaz, "The Impact of Perceptions of Social Media Advertisements on Advertising Value, Brand Awareness and Brand Associations: Research on Generation Y Instagram Users," *Transnatl. Mark. J.*, vol. 10, no. 2, pp. 251–275, 2022, doi: 10.33182/tmj.v10i2.1606.
- [13] R. K. Anwar, U. L. S. Khadijah, and E. Rizal, "Instagram and Digital Media Literacy among Teenagers in Bandung," *Commun. J. Ilmu Komun.*, vol. 7, no. 2, pp. 123–142, 2023, doi: 10.15575/cjik.v7i2.23640.
- [14] F. M. Z. Pohan and A. Marfiana, "Perception Of Generation X And Millennials Towards Tax Compliance In Indonesia," *Educoretax*, vol. 4, no. 6, pp. 683–695, 2024, doi: 10.54957/educoretax.v4i6.835.