konstruksi pesan user generated content youtube terkait coretax administration system (analisis
isi kuantitatif periode tahun 2025)
Catur Sugiarto, Prof. Dr. Rahayu, M.Si., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi pesan pada video *user generated content* (UGC) YouTube yang membahas penerapan Coretax *Administration System*. Implementasi tersebut merupakan upaya Pemerintah Indonesia dalam memperbaiki sistem perpajakan. Di luar saluran resmi pemerintah, para *influencer* di YouTube membuat UGC mengenai coretax yang menjadi rujukan masyarakat. Meski demikian, penelitian sistematis yang mengkaji konstruksi pesan konten-konten tersebut masih terbatas. Studi ini melakukan analisis isi terhadap tiga puluh video mengenai coretax yang dibuat para *influencer* dan diunggah setelah kebijakan tersebut dijalankan. Teori konstruksi pesan dari Shen dan Bigsby digunakan untuk memahami konstruksi pesan para *influencer* terkait coretax. Temuan penelitian dapat memberi pemahaman bagaimana kebijakan coretax dipahami dan dikritik di platform YouTube. Temuan penelitian menunjukkan mayoritas *UGC* merupakan konten berbasis pengalaman pengguna yang disampaikan dengan cepat, langsung, serta mengevaluasi pemerintah. Mayoritas konten tersebut menggunakan framing negatif dan menganggap pemerintah adalah sumber masalah terkait implementasi coretax. Sebaliknya, narasi pemerintah yang menekankan *power* dan *trust* tidak banyak muncul pada video UGC. Temuan ini mengindikasikan konstruksi pesan pada UGC tidak hanya dipengaruhi oleh isi kebijakan, tetapi juga oleh adaptasi *influencer* pada logika platform.

Kata kunci: coretax, *influencer*, konten, kebijakan, YouTube

konstruksi pesan user generated content youtube terkait coretax administration system (analisis
isi kuantitatif periode tahun 2025)
Catur Sugiarto, Prof. Dr. Rahayu, M.Si., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstract

This study aims to analyze message construction in user-generated content (UGC) videos related to the implementation of the Coretax Administration System on YouTube. The implementation represents Indonesia's government's effort to improve the tax system. Outside official government channels, influencers on YouTube produce UGC about coretax that becomes a public reference. However, systematic research on the message construction of such content remains limited. This study uses content analysis to examine thirty videos about coretax created by influencers and uploaded after policy implementation. Shen and Bigsby's message construction theory is used to understand how YouTube's influencers construct messages regarding coretax. The research findings provide insights regarding how the coretax policy is understood and criticized on the YouTube platform. The finding shows that most UGC videos are based on user experiences which are delivered quickly, directly, and evaluatively toward the government. The majority of the content uses negative framing and positions the government as the source of the problems regarding coretax implementation. In contrast, Government narratives emphasizing trust and power rarely appear in UGC Videos. These findings indicate that message construction in UGC is influenced not only by policy content, but also by influencer adaptation to platform logic.

Keywords: coretax, influencer, content, policy, YouTube