

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan Orisinalitas Tesis.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Intisari.....	vii
<i>Abstract</i>	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Bagan.....	xiv
Daftar Grafik.....	xv
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	9
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Kerangka Teori.....	10
1.5.1 Perencanaan Media Sosial.....	10
1.5.2 Sosialisasi.....	13
1.5.3 Pajak.....	15
1.5.3.1 Fungsi Pajak.....	16
1.5.3.2 Sistem Perpajakan di Indonesia.....	17
1.5.3.3 Wajib Pajak.....	18
1.5.3.4 Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT).....	19
1.5.4 Media Sosial.....	22



1.6 Kerangka Konsep.....	24
1.7 Metodologi Penelitian.....	25
1.7.1 Paradigma.....	25
1.7.2 Objek Riset.....	26
1.7.3 Metode Riset.....	26
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
1.7.5 Teknik Analisis Data.....	28
1.7.6 Triangulasi Data.....	29
1.7.7 Instrumen Penelitian.....	29

Bab 2 Perencanaan Media Sosial dalam Sosialisasi Pajak pada Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT).....30

2.1 Perencanaan Media Sosial.....	30
2.1.1 <i>Types of Solutions Available</i>	32
2.1.2 <i>Planning</i>	33
2.1.3 <i>Social Mechanics</i>	36
2.1.4 <i>Implementations</i>	36
2.2 Sosialisasi Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT).....	39

Bab 3 Profil Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia dan Media yang Digunakan untuk Sosialisasi Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) pada Tahun 2020.....43

3.1 Profil Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	43
3.2 Visi dan Misi Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	47
3.2.1 Visi.....	47
3.2.2 Misi.....	47
3.3 Tugas dan Fungsi Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	47
3.4 Struktur Organisasi.....	48
3.4.1 Struktur Organisasi Humas Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	49
3.5 Media Sosial dari Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	50
3.6 Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) Tahun 2020.....	54



PERENCANAAN MEDIA SOSIAL DALAM SOSIALISASI PAJAK (Studi Kasus pada Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia dalam Perencanaan Media Sosial untuk Menyampaikan Informasi tentang Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) pada Tahun 2020)

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

BAGAS SAKTI D, Dr. Rajiyem, S.I.P., M.Si

Bab 4 Perencanaan Media Sosial Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia dalam

Sosialisasi Informasi Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) Tahun 2020.....	57
4.1 Perencanaan Media Sosial.....	64
4.1.1 <i>Types of Solutions Available</i>	64
4.1.2 <i>Planning</i>	66
4.1.3 <i>Social Mechanics</i>	74
4.1.4 <i>Implemetation</i>	76
4.2 Sosialisasi Pajak.....	83
4.3 Analisis Penelitian.....	85
4.3.1 <i>Types of Solutions Available</i>	87
4.3.2 <i>Planning</i>	88
4.3.3 <i>Social Mechanics</i>	92
4.3.4 <i>Implemetation</i>	93
Bab 5 Penutup.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Limitasi Penelitian.....	103
5.3 Rekomendasi.....	103
Daftar Pustaka.....	104
Lampiran.....	108



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PERENCANAAN MEDIA SOSIAL DALAM SOSIALISASI PAJAK (Studi Kasus pada Direktorat Jenderal Pajak

Republik Indonesia dalam Perencanaan Media Sosial untuk Menyampaikan Informasi tentang Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) pada Tahun 2020)

BAGAS SAKTI D, Dr. Rajiyem, S.I.P., M.Si

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peningkatan Jumlah Laporan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) melalui E-Filing, E-Form, E-SPT, dan SPT Manual.....	7
---	---

DAFTAR GAMBAR

Gamabr 2.1 Siklus Perencanaan Media Sosial.....	31
Gambar 3.1 Halaman akun Youtube Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	51
Gambar 3.2 Halaman akun Facebook Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	51
Gambar 3.3 Halaman akun Instagram Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	52
Gambar 3.4 Halaman akun Twitter Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	52
Gambar 3.5 Foto Tata Cara Pelaporan SPT melalui Instagram.....	54
Gambar 3.6 Foto Tata Cara Pelaporan SPT melalui Twitter.....	54
Gambar 4.1 Konten #Sudahpunyatapibelum di Twitter.....	91
Gambar 4.2 Konten #Sudahpunyatapibelum di Instagram.....	91
Gambar 4.3 Konten #Sudahpunyatapibelum di Facebook.....	92

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Konsep.....	24
Bagan 3.1 Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	48
Bagan 3.2 Struktur Organisasi Direktorat Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat.....	49
Bagan 4.1 Struktur Kantor Pusat dan Kantor Operasional Organisasi Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia.....	57
Bagan 4.2 Konsep Perencanaan Media Sosial dalam Sosialisasi Pajak.....	63



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PERENCANAAN MEDIA SOSIAL DALAM SOSIALISASI PAJAK (Studi Kasus pada Direktorat Jenderal Pajak

Republik Indonesia dalam Perencanaan Media Sosial untuk Menyampaikan Informasi tentang Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) pada Tahun 2020)

BAGAS SAKTI D, Dr. Rajiyem, S.I.P., M.Si

Universitas Gadjah Mada, 2021. Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Hasil Survei Kepuasan Pelayanan dan Efektivitas Penyuluhan dan Kehumasan...62