

Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) merupakan surat yang oleh Wajib Pajak digunakan untuk melaporkan penghitungan pajak, pembayaran pajak, objek pajak atau bukan objek pajak, serta harta dan kewajiban sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Pada tahun 2020, akun twitter, Instagram, Facebook dan Youtube Ditjen Pajak Republik Indonesia melakukan sosialisasi tentang Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) yang bertujuan untuk memberikan sosialisasi kepada masyarakat luas untuk segera melaporkan SPT mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana perencanaan media sosial yang dilakukan Ditjen Pajak dalam hal sosialisasi Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan melalui media sosial. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perencanaan media sosial menurut Steiner. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan *in-depth interview* dengan tim media sosial dari Ditjen Pajak RI. Temuan pokok dari penelitian ini adalah perencanaan media sosial yang dilakukan melalui pendekatan *basic approach* dan mengikuti keempat unsur dari teori perencanaan media sosial Steiner yaitu *types of solutions available, planning, social mechanics, dan implementations*.

Kata Kunci: Perencanaan Media, Media Sosial, Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan, Ditjen Pajak.

Abstract

Annual Tax Return (SPT) is a letter that is used by taxpayers to report tax calculations, tax payments, tax objects or non-tax objects, as well as assets and liabilities in accordance with the provisions of tax laws. In 2020, twitter accounts, Instagram, Facebook and Youtube The Directorate General of Taxes of the Republic of Indonesia conducted socialization about the Annual Tax Return (SPT) which aims to provide socialization to the wider community to immediately report their SPT. The purpose of this research is to see how social media planning is carried out by the Directorate General of Taxes in terms of socializing the Annual Tax Return (SPT) through social media. The main theory used in this research is the social media planning theory according to Steiner. This research is a qualitative research using a case study research method. Data collection was carried out by in-depth interviews with the social media team from the Directorate General of Taxes of the Republic of Indonesia. The main finding of this research is that social media planning is carried out through a basic approach and follows the four elements of Steiner's social media planning theory, namely types of solutions available, planning, social mechanics, and implementations.

Keywords: *Media Planning, Social Media, Annual Tax Return (SPT), Directorate General of Taxes.*