Prosiding Seri Praktikum Ilmu-Ilmu Sosial-Politik

Seri Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) - Magang Merdeka Jurusan Administrasi Publik
Volume 1 Nomor 1 Desember 2024
ISSN:

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PENYULUHAN KEPADA WAJIB PAJAK PADA KPP PRATAMA BANDUNG CICADAS

Silman Firdaus[1], Fitri Pebriani Wahyu[2]

[1]Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, silmanfirdaus30@gmail.com
[2]Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, fitriFISIP11@uinsgd.ac.id

Abstrak
Di era digital, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, termasuk di sektor publik. Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPP) Bandung Cicadas memanfaatkan Instagram sebagai sarana edukasi perpajakan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan Instagram sebagai sarana edukasi oleh KPP Pratama Bandung Cicadas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan penyuluh pajak KPP, analisis konten unggahan Instagram, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk mengetahui perspektif petugas pajak dalam penggunaan Instagram, sedangkan analisis konten dilakukan untuk mengidentifikasi tema utama dan strategi penyampaian informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPP Pratama Bandung Cicadas telah berhasil menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi perpajakan secara lebih menarik dan interaktif. Program live streaming "Cicadas Menyapa" terbukti menjadi strategi yang efektif, memungkinkan interaksi langsung dengan wajib pajak dan meningkatkan transparansi. Selain itu, penggunaan konten yang relevan dengan tren terkini dan berkolaborasi dengan tokoh masyarakat juga membantu menarik perhatian dan meningkatkan partisipasi masyarakat.

Kata Kunci: *Penyuluhan Pajak, Wajib Pajak, Media Sosial, Governansi Digital, KPP Pratama Bandung Cicadas*

Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan seharihari masyarakat. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk berinteraksi secara personal, tetapi juga telah diadopsi oleh berbagai organisasi, salah satunya organisasi sektor publik. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Tenri Sapada & Muhammad Ikbal (2020) saat ini, pesan-pesan layanan publik tidak hanya terbatas pada halaman website sebagai sarana utama untuk informasi. Instansi pemerintah, terutama pemimpin daerah, telah mengadopsi media sosial sebagai saluran utama untuk menyebarkan informasi dan kebijakan terkait pelayanan publik. Ini menandai pergeseran signifikan dalam cara informasi publik disampaikan, dari platform konvensional ke media sosial yang memfasilitasi interaksi langsung dan lebih cepat. Penggunaan media sosial dalam sektor publik memberikan keunggulan signifikan dibandingkan dengan media lainnya. Salah satunya adalah kemampuan media sosial dalam mengirimkan pesan dengan cepat dan efektif, serta efisien dalam mempromosikan produk sehingga mendapat pengakuan yang baik di kalangan masyarakat (Anita & Harsyeno, 2023).

Tentunya, dengan keunggulan perkembangan teknologi informasi ini telah membuka peluang baru dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu dalam penyuluhan perpajakan. Penyuluhan pajak berperan sebagai faktor yang berpotensi memengaruhi kepatuhan pajak. Tujuan dari penyuluhan ini adalah untuk mendukung masyarakat dalam memahami kewajiban mereka terkait pajak serta proses pelaksanaannya (Muharram & Permata Husda, 2023). Maka oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dalam bidang edukasi dan penyuluhan perpajakan menjadi solusi di era digital pada saat ini. Dengan kemampuan menjangkau audiens yang lebih luas secara (Lindiani et al., 2024), media sosial memungkinkan penyampaian informasi yang lebih cepat, tepat, dan efisien

(Damayanti et al., 2023). Oleh karena itu, dalam konteks perpajakan, penyuluhan melalui media sosial diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman wajib pajak tentang kewajiban perpajakan mereka. Hal ini menjadi penting mengingat perpajakan adalah salah satu sumber pendapatan utama negara yang mendukung penyelenggaraan pemerintahan, dan pembangunan nasional (Fitri Djaafara et al., 2023).

Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Bandung Cicadas merupakan salah satu unit di bawah Direktorat Jenderal Pajak yang secara aktif menggunakan media sosial untuk penyuluhan kepada wajib pajak. Salah satu platform digital yang dimanfaatkan secara efektif oleh KPP Pratama Bandung Cicadas adalah Instagram. Dengan memanfaatkan Instagram, KPP berupaya meningkatkan partisipasi dan kepatuhan wajib pajak dalam pelaporan dan pembayaran pajak. Melalui Instagram, KPP Pratama Bandung Cicadas berusaha menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan interaktif, sehingga mampu menarik perhatian wajib pajak dan meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya kepatuhan pajak. Pemanfaatan Instagram oleh KPP Pratama Bandung Cicadas tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga mencakup berbagai bentuk interaksi yang inovatif dan edukatif. Dalam era digital yang serba cepat ini, pendekatan tradisional seperti brosur atau seminar tatap muka tidak lagi cukup untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama generasi muda yang lebih sering mengakses informasi melalui internet dan media sosial. Oleh karena itu, KPP Pratama Bandung Cicadas menggunakan strategi komunikasi yang lebih modern dan relevan dengan perilaku digital masyarakat saat ini, yaitu dengan memanfaatkan Instagram.

Meskipun memiliki banyak manfaat, pemanfaatan Instagram dalam penyuluhan perpajakan tidak luput dari tantangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyuluhan oleh KPP Pratama Bandung Cicadas. Dengan memahami praktik terbaik, instansi pemerintah lain dapat mengadopsi pendekatan serupa untuk meningkatkan kepatuhan pajak di wilayah masing-masing. Selain itu, penelitian ini juga memberikan rekomendasi yang konkret bagi KPP Pratama Bandung Cicadas untuk lebih mengoptimalkan pemanfaatan Instagram dalam upaya mereka meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak di kalangan wajib pajak. Secara keseluruhan, melalui studi kasus di KPP Pratama Bandung Cicadas, artikel ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana Instagram dapat digunakan secara efektif sebagai alat penyuluhan perpajakan. Dengan demikian, diharapkan artikel ini dapat berkontribusi pada upaya peningkatan efisiensi dan efektivitas program penyuluhan perpajakan di Indonesia, serta mendukung tercapainya tujuan pembangunan nasional melalui peningkatan penerimaan pajak yang optimal.

Tinjauan Pustaka

Penyuluhan Pajak

Penyuluhan perpajakan merupakan salah satu bagian integral dari pembinaan dalam administrasi pajak. Secara umum, penyuluhan perpajakan dijelaskan dalam beberapa regulasi, salah satunya adalah dalam UU Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Penyuluhan perpajakan adalah usaha memberikan informasi terkait perpajakan kepada berbagai pihak, seperti masyarakat umum, pemerintah, sektor swasta, dan dunia bisnis (Aristo et al., 2023). Hal ini tertuang dalam bagian Umum (3) dari UU tersebut, yang menyebutkan bahwa penyuluhan adalah pemberian informasi perpajakan secara menyeluruh dan terstruktur. Lebih lanjut, Pedoman Penyuluhan Perpajakan yang diatur dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER- 03/PJ/2013 menegaskan bahwa tujuan dari penyuluhan perpajakan adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan perpajakan masyarakat.

Penyuluhan bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat wajib pajak agar lebih memahami, sadar, dan peduli dalam melaksanakan hak dan memenuhi kewajiban perpajakan mereka (Novita et al., 2015). Menurut peraturan tersebut, penyuluhan perpajakan mencakup berbagai kegiatan yang dirancang untuk menyampaikan informasi seputar pajak kepada penerima informasi. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai berbagai aspek perpajakan, baik dari segi regulasi maupun implementasi di lapangan. Melalui penyuluhan, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kepatuhan pajak secara keseluruhan.

Selain itu, penyuluhan perpajakan juga memiliki peran penting dalam membangun komunikasi yang efektif antara otoritas pajak dan wajib pajak. Dengan adanya penyuluhan, otoritas pajak dapat lebih mudah menjelaskan kebijakan-kebijakan perpajakan yang berlaku, sehingga dapat mengurangi potensi kesalahpahaman atau ketidaktahuan yang mungkin terjadi di kalangan wajib pajak. Penyuluhan perpajakan juga dilakukan melalui berbagai metode, seperti seminar, lokakarya, publikasi, dan media elektronik. Metode ini dipilih untuk memastikan bahwa informasi perpajakan dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat dengan cara yang paling efektif. Penyuluhan yang dilakukan secara terstruktur dan sistematis akan membantu meningkatkan efektivitas program pembinaan perpajakan, serta memperkuat kepatuhan dan disiplin pajak di masyarakat. Dalam konteks ini, peran penyuluhan perpajakan menjadi sangat vital sebagai bagian dari strategi administrasi pajak untuk mencapai tujuan yang lebih besar, yaitu peningkatan penerimaan pajak dan pemenuhan kewajiban perpajakan secara optimal. Dengan demikian, penyuluhan perpajakan bukan hanya sekedar kegiatan informatif, tetapi juga merupakan bagian dari upaya strategis untuk membangun kesadaran dan tanggung jawab perpajakan di masyarakat.

Media Sosial

Media sosial merupakan platform daring yang memberikan peluang bagi penggunanya untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan berbagai jenis konten digital. Platform ini mencakup aplikasi dan situs web yang digunakan untuk jejaring sosial, berbagi foto dan video, blogging, dan komunikasi instan (Cahyono, 2022). Salah satu keunggulan utama media sosial adalah kemampuannya untuk memungkinkan interaksi dua arah dan real-time antara pengguna, menjadikannya alat yang sangat efektif untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi. Adapun menurut Nasrullah (2015:39) dalam (Puspitarini & Nuraeni, 2019), media sosial dapat dikategorikan menjadi enam jenis besar, yaitu:

1. Social Networking, adalah sarana yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan membentuk jaringan pertemanan baru di dunia virtual. Jaringan ini sering kali terbentuk berdasarkan ketertarikan bersama, seperti hobi yang sama. Contoh dari social networking adalah Facebook dan Instagram.
2. Blog, adalah platform media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar, dan berbagi berbagai informasi dengan pengguna lainnya.
3. Microblogging, adalah jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya dalam format yang lebih singkat. Contoh historis dari microblogging adalah Twitter, yang pada awalnya hanya menyediakan ruang maksimal 140 karakter untuk setiap unggahan.

4. Media Sharing, adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan berbagai jenis media, seperti dokumen, video, audio, dan gambar secara online. Contoh dari media sharing termasuk YouTube, Flickr, Photobucket, dan Snapfish.
5. Social Bookmarking, adalah platform yang digunakan untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita secara online. Beberapa situs social bookmarking populer adalah Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, dan Reddit.com. Di Indonesia, salah satu contohnya adalah LintasMe.
6. Wiki atau media konten bersama, adalah situs web di mana kontennya dihasilkan melalui kolaborasi pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting konten yang sudah dipublikasi.

Pengelompokan ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan dalam berbagai konteks, mulai dari jejaring sosial dan blogging hingga berbagi media dan kolaborasi konten. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk berbagi pengetahuan dan mengorganisir informasi. Penggunaannya yang luas dan beragam ini menunjukkan potensi besar media sosial dalam memfasilitasi interaksi dan penyebaran informasi secara efektif dan efisien.

Instagram

Instagram adalah aplikasi berbasis mobile yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengeditnya dengan berbagai filter, dan membagikannya ke jaringan pengikut mereka (Perwithasari & Kurniawan, 2022). Selain foto, pengguna juga dapat membagikan video, cerita (stories), dan siaran langsung (live videos). Adapun fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi Instagram, yaitu:

1. Feed, yaitu halaman utama Instagram yang menampilkan unggahan foto dan video dari akun yang diikuti oleh pengguna. Feed disusun berdasarkan algoritma yang mempertimbangkan berbagai faktor seperti interaksi pengguna dan relevansi konten.
2. Stories, Fitur Stories memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video yang akan hilang setelah 24 jam. Stories dapat diberi teks, stiker, GIF, dan berbagai elemen kreatif lainnya. Pengguna juga dapat menggunakan filter dan efek AR (augmented reality) pada Stories mereka.
3. Direct Messages (DM), adalah fitur pesan langsung yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, foto, video, dan bahkan melakukan panggilan video kepada pengguna lain secara pribadi.
4. Explore, halaman explore menampilkan konten yang disarankan berdasarkan aktivitas dan minat pengguna. Ini termasuk foto, video, dan Stories dari akun yang belum diikuti oleh pengguna, tetapi mungkin menarik bagi mereka.
5. IGTV, yaitufitur yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan menonton video panjang, yang lebih panjang dari batasan video biasa di feed. IGTV dirancang untuk konten video yang lebih panjang dan mendalam.
6. Reels, fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan menemukan video pendek, biasanya diiringi dengan musik. Fitur ini mirip dengan TikTok dan memungkinkan pengguna untuk mengedit video dengan berbagai alat kreatif.
7. Live, Instagram Live memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung ke pengikut mereka. Pengikut dapat berinteraksi dengan mengirim komentar dan menyukai video selama siaran berlangsung. Live sessions juga bisa disimpan dan dibagikan sebagai IGTV setelah selesai.

8. Filters dan Editing Tools, Instagram menyediakan berbagai filter dan alat pengeditan yang memungkinkan pengguna untuk meningkatkan kualitas foto dan video mereka sebelum membagikannya. Pengguna dapat menyesuaikan pencahayaan, kontras, saturasi, dan banyak aspek lain dari gambar dan video mereka.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami dan menggambarkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana penyuluhan kepada wajib pajak di KPP Pratama Bandung Cicadas. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011: 73) dalam (Utami et al., 2021), penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi, baik yang alami maupun yang diciptakan oleh manusia, dengan fokus pada karakteristik, kualitas, serta hubungan antar aktivitas.Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti dan memberikan gambaran yang komprehensif tentang praktik penyuluhan melalui Instagram. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui tiga metode utama: wawancara, analisis isi konten Instagram, dan dokumentasi.

Pertama yaitu wawancara, menurut (Sugyono, 2019), wawancara adalah metode pengumpulan data di mana peneliti bertemu langsung dengan responden untuk memperoleh informasi melalui tanya jawab secara terstruktur atau tidak terstruktur. Dalam penelitian ini, wawancara mendalam dilakukan dengan dua informan kunci yang merupakan fungsional penyuluh di KPP Pratama Bandung Cicadas, yaitu Ibu Pevi Ida Nurlaelasari dan Ibu Pipit Damayanti. Wawancara dilakukan untuk memahami perspektif mereka mengenai pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyuluhan. Pertanyaan wawancara difokuskan pada berbagai aspek seperti strategi, jenis konten yang dibuat, dan tantangan yang dihadapi. Setiap wawancara direkam dan kemudian ditranskripsikan untuk dianalisis lebih lanjut, sehingga memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang mendalam dan autentik dari para informan.

Kedua, analisis isi dilakukan terhadap akun Instagram resmi KPP Pratama Bandung Cicadas. Peneliti mengumpulkan berbagai jenis konten yang diposting di akun tersebut, termasuk, video pendek, dan postingan lainnya yang berkaitan dengan penyuluhan pajak. Konten-konten ini dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema utama, pola komunikasi, dan strategi penyampaian informasi yang digunakan oleh KPP. Secara keseluruhan, metode penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyuluhan pajak oleh KPP Pratama Bandung Cicadas. Dengan menggabungkan wawancara, dan analisis isi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang efektivitas dan tantangan penggunaan media sosial Instagram dalam konteks penyuluhan perpajakan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang konkret bagi KPP Pratama Bandung Cicadas dan instansi pemerintah lainnya dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial Instagram untuk tujuan edukasi dan penyuluhan pajak.

Hasil dan Pembahasan

Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Penyuluhan oleh KPP Pratama Bandung Cicadas

KPP Pratama Bandung Cicadas telah berhasil menjadikan akun Instagram mereka, @pajakcicadas, sebagai platform utama untuk menyebarkan informasi dan penyuluhan kepada wajib pajak. Sejak dimulainya aktivitas akun ini pada tanggal 29 November 2016, KPP Cicadas telah aktif dalam memposting lebih dari 1.192 konten yang beragam terkait dengan perpajakan. Jangkauan akun ini juga signifikan, mencapai 3.888 pengikut pada saat ini, menunjukkan bahwa

platform ini telah membangun basis pengikut yang kuat di kalangan masyarakat Bandung dan sekitarnya.

Pemanfaatan Instagram sebagai sarana komunikasi utama oleh KPP Pratama Bandung Cicadas menunjukkan komitmen mereka dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang kewajiban perpajakan. Konten-konten yang diposting mencakup informasi tentang aturan pajak terbaru, tips pengisian SPT, dan berbagai informasi praktis lainnya yang relevan bagi wajib pajak. Melalui pemanfaatan ini, KPP Cicadas tidak hanya memberikan informasi secara statis, tetapi juga menciptakan platform interaktif di mana masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam diskusi dan mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka seputar pajak. Hal ini mencerminkan evolusi dalam pendekatan penyuluhan perpajakan yang lebih proaktif dan inklusif, mengoptimalkan potensi media sosial untuk mencapai tujuan pendidikan dan kepatuhan perpajakan secara efektif.

Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Penyuluhan oleh KPP Pratama Bandung Cicadas

Dalam upaya untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang kewajiban perpajakan, KPP Pratama Bandung Cicadas telah mengembangkan berbagai strategi pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyuluhan. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial, KPP Cicadas tidak hanya menyampaikan informasi secara pasif tetapi juga aktif berinteraksi dengan masyarakat, menciptakan platform yang dinamis dan efektif dalam mengedukasi wajib pajak. Beberapa strategi utama yang digunakan oleh KPP Pratama Bandung Cicadas meliputi program live streaming, pembuatan konten yang relevan dengan tren masa kini, dan kolaborasi dengan *public figure*.

Berdasarkan hasil analisis pada Instagram KPP Pratama Bandung Cicadas, berikut ini adalah pembahasan mengenai strategi-strategi tersebut:

1. Program Live Streaming: Cicadas Menyapa

Dalam rangka penyuluhan, KPP Pratama Bandung Cicadas memanfaatkan fitur live streaming yang ada di dalam platform Instagram. Program ini dinamakan Cimey (Cicadas Menyapa), dan saat ini Cicadas Menyapa sudah mencapai 33 episode yang membahas tentang perpajakan khususnya. Program Cicadas Menyapa dimulai pertama kali pada tanggal 17 Desember 2024 dan telah mendapatkan respons positif dari masyarakat.

Gambar 1
Poster Cicadas Menyapa KPP Pratama Bandung Cicadas

Sumber: @pajakcicadas (2024)

Dengan format live streaming, program ini memungkinkan interaksi real-time antara petugas pajak dan masyarakat, sehingga pertanyaan dan kekhawatiran wajib pajak dapat segera ditanggapi. Hal ini tidak hanya meningkatkan transparansi tetapi juga membangun kepercayaan antara KPP dan wajib pajak. Adapun berikut rangkuman keunggulan penyuluhan melalui program live streaming:

a. Meningkatkan Transparansi. Salah satu tantangan dalam administrasi perpajakan adalah membangun kepercayaan antara otoritas pajak dan wajib pajak. Dengan menggunakan platform live streaming, KPP dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap transparansi. Semua informasi yang disampaikan bersifat publik dan dapat diakses oleh siapa saja. Hal ini dapat mengurangi ketidakpercayaan dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
b. Aksesibilitas yang Lebih Baik. Live streaming memungkinkan akses yang lebih luas bagi wajib pajak yang mungkin tidak dapat menghadiri sesi tatap muka di kantor pajak. Wajib pajak dari berbagai lokasi, termasuk mereka yang tinggal di daerah terpencil, dapat mengikuti sesi penyuluhan ini dari kenyamanan rumah mereka. Hal ini tidak hanya menghemat waktu dan biaya perjalanan, tetapi juga memastikan bahwa semua wajib pajak memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.
c. Penyebaran Informasi yang Efisien. Dengan fitur live streaming, KPP dapat menjangkau audiens yang lebih besar dalam waktu yang lebih singkat. Informasi penting dapat disebarkan secara efisien tanpa perlu mengadakan banyak sesi tatap muka. Selain itu, rekaman sesi live streaming dapat disimpan dan diakses kembali oleh wajib pajak yang tidak dapat mengikuti sesi secara langsung, sehingga informasi tetap dapat diakses kapan saja.
d. Membangun Hubungan yang Lebih Baik Program seperti "Cicadas Menyapa" juga berfungsi sebagai platform untuk membangun hubungan yang lebih baik antara KPP dan wajib pajak. Dengan berkomunikasi secara langsung dan transparan, KPP dapat menunjukkan sisi humanis dan kepedulian mereka terhadap kebutuhan wajib pajak. Ini dapat menciptakan suasana yang lebih positif dan kolaboratif, di mana wajib pajak merasa didengar dan dihargai.
e. Feedback dan Evaluasi. Melalui live streaming, KPP dapat dengan mudah mengumpulkan feedback dari wajib pajak. Pertanyaan dan komentar yang diajukan selama sesi dapat memberikan wawasan tentang area mana yang masih membingungkan atau membutuhkan penjelasan lebih lanjut. Feedback ini dapat digunakan untuk memperbaiki materi penyuluhan di masa mendatang dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan benar-benar relevan dan bermanfaat.

Pemanfaatan fitur live streaming melalui program "Cicadas Menyapa" membawa banyak keuntungan dalam penyuluhan perpajakan. Dari interaksi real-time, peningkatan transparansi, hingga aksesibilitas yang lebih baik, teknologi ini memberikan cara yang lebih modern dan efisien untuk melayani wajib pajak. Dengan komitmen yang kuat dari KPP untuk terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi, hubungan yang lebih baik dan kepercayaan yang lebih tinggi antara KPP dan wajib pajak dapat terwujud, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepatuhan dan kesadaran pajak di masyarakat.

2. Pembuatan Konten yang Sesuai dengan Tren Masa Kini

Volume 1 Nomor 1 Desember 2024
ISSN:

Selain program live streaming, strategi KPP Pratama Bandung Cicadas dalam rangka penyuluhan kepada wajib pajak juga mencakup pembuatan konten yang sesuai dengan tren masa kini. KPP Cicadas menyadari bahwa agar pesan-pesan perpajakan dapat tersampaikan dengan efektif, konten yang disajikan harus relevan dan menarik bagi pengikut mereka. Oleh karena itu, mereka aktif membuat infografis, video pendek, dan konten interaktif yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur. Pendekatan ini bertujuan untuk mempertahankan perhatian pengikut dan memastikan bahwa informasi perpajakan disampaikan dengan cara yang mudah dipahami dan menarik.

Gambar 2
Tren Konten Instagram

Sumber: @pajakcicadas (2024)

Memanfaatkan tren di media sosial untuk pembuatan konten dapat menjadi strategi yang sangat efektif bagi Kantor Pelayanan Pajak (KPP) untuk menyampaikan pesanpesan perpajakan kepada masyarakat. Berikut adalah beberapa keunggulan pembuatan konten yang sesuai dengan tren media sosial dalam rangka penyuluhan kepada wajib pajak:

a. Peningkatan Jangkauan dan Aksesibilitas. Dengan mengikuti tren media sosial, konten perpajakan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Media sosial memiliki pengguna yang sangat banyak dan aktif, sehingga konten yang menarik dan relevan dapat dengan cepat tersebar dan dilihat oleh banyak orang. Hal ini meningkatkan kemungkinan pesan-pesan perpajakan mencapai berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang mungkin tidak secara aktif mencari informasi perpajakan.
b. Engagement yang Tinggi. Konten yang mengikuti tren media sosial cenderung mendapatkan lebih banyak engagement (interaksi) seperti likes, shares, dan comments. Interaksi ini sangat penting karena menunjukkan bahwa audiens terlibat dan tertarik dengan konten yang disajikan. Dengan engagement yang tinggi, pesan perpajakan tidak hanya diterima tetapi juga dibahas dan disebarkan lebih lanjut oleh para pengguna.
c. Penyampaian Informasi yang Menarik dan Mudah Dipahami. Konten yang sesuai dengan tren sering kali lebih menarik dan mudah dipahami. Misalnya, penggunaan, video dengan cerita humor dapat membuat informasi yang kompleks menjadi lebih sederhana dan menyenangkan. Dengan cara ini, informasi perpajakan yang biasanya dianggap rumit dapat diterima dengan lebih baik oleh masyarakat.

d. Membangun Citra Positif dan Humanis. Konten yang menarik dan mengikuti tren dapat membantu KPP membangun citra yang lebih positif dan humanis. Media sosial memberikan kesempatan untuk menunjukkan sisi yang lebih ramah dan mendekatkan diri dengan wajib pajak. Misalnya, melalui konten interaktif seperti sesi tanya jawab, kuis, atau kampanye sosial, KPP dapat menunjukkan bahwa mereka peduli dan siap membantu wajib pajak.

Pembuatan konten yang sesuai dengan tren media sosial menawarkan banyak keunggulan dalam penyuluhan kepada wajib pajak. Dari peningkatan jangkauan dan engagement hingga penyampaian informasi yang menarik dan mudah dipahami, strategi ini dapat membantu KPP menyampaikan pesan-pesan perpajakan dengan lebih efektif. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial, KPP dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan wajib pajak, meningkatkan kepatuhan, dan membangun citra yang positif di mata masyarakat.

3. Kolaborasi dengan Public Figure

Selain itu, dalam rangka penyuluhan kepada wajib pajak, KPP Pratama Bandung Cicadas juga melibatkan *public figure* seperti tokoh pemerintahan (Gubernur, Walikota, Kapolda), selebgram, dan influencer dalam pembuatan konten. Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan popularitas dan pengaruh tokoh-tokoh tersebut sebagai role model dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Dengan demikian, pesan-pesan perpajakan diharapkan dapat lebih diterima dan diikuti oleh masyarakat. Menurut Sarasati & Dewi (2022) dalam Nova (2023), kolaborasi *dengan public figure* dapat meningkatkan efektivitas penyuluhan perpajakan karena mereka memiliki daya tarik dan kredibilitas di mata masyarakat.

Gambar 3
Kolaborasi KPP Pratama Bandung Cicadas dengan Public Figure

Sumber: @pajakcicadas (2024)

Tantangan Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Penyuluhan oleh KPP Pratama Bandung Cicadas

Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, termasuk dalam penyuluhan perpajakan. Namun, meskipun memiliki banyak manfaat, pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyuluhan oleh KPP Pratama Bandung Cicadas tidak lepas dari berbagai tantangan. Berdasarkan informasi dari Ibu Pevi Ida Nurlaelasari sebagai Informan 1 dan Ibu Pipit Damayanti sebagai Informan 2, selaku

fungsional penyuluh dari KPP Pratama Bandung Cicadas, berikut adalah beberapa tantangan yang dihadapi dalam pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyuluhan:

1. Kesulitan Konsisten dalam Pembuatan Konten. Berdasarkan jawaban dari Informan 1, salah satu tantangan utama yang mereka hadapi adalah konsistensi dalam pembuatan konten. Instagram menuntut konten yang menarik dan berkualitas secara terus-menerus untuk mempertahankan dan meningkatkan engagement dengan pengikut. Sehingga mereka harus memastikan bahwa setiap postingan informatif namun tetap menarik, dan ini memerlukan banyak waktu serta sumber daya.
2. Penyederhanaan Informasi Pajak yang Kompleks. Selain itu, menurut Informan 2, tantangan yang dihadapi oleh KPP Pratama Bandung Cicadas dalam pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyuluhan menghadapi tantangan dalam pembuatan naskah atau narasi konten, karena harus menyederhanakan informasi perpajakan yang kompleks menjadi konten yang mudah dipahami oleh masyarakat umum. Pajak adalah topik yang sering kali dianggap rumit, dan mereka harus menemukan cara untuk menyajikannya dalam bentuk video pendek, atau cerita yang menarik tanpa mengurangi esensi dari informasi tersebut.
3. Algoritma Instagram yang Berubah-Ubah. Kendala teknis juga menjadi salah satu tantangan, menurut Informan 1, Algoritma Instagram yang sering berubah membuat mereka harus terus mengikuti perkembangan untuk memastikan konten Instagram KPP Pratama Bandung Cicadas tetap terlihat oleh audiens. Selain itu, fitur-fitur seperti IGTV, Reels, dan Stories memiliki karakteristik masing-masing yang harus dimanfaatkan secara optimal. Memahami dan mengimplementasikan semua fitur ini secara efektif memerlukan pemahaman teknis yang baik.
4. Jangkauan Audiens. Selanjutnya tantangan dalam menjangkau audiens, menurut Informan 1, meskipun Instagram memiliki pengguna yang banyak, tetapi tidak semua wajib pajak aktif di platform ini. Oleh karena itu mereka harus mencari cara untuk menarik perhatian wajib pajak yang mungkin tidak terlalu sering menggunakan Instagram. Menyebarluaskan konten ke audiens yang lebih luas juga memerlukan strategi khusus, seperti kolaborasi dengan influencer atau kampanye berbayar.
5. Interaksi dengan Audiens. Interaksi dengan pengikut memang menjadi tantangan tersendiri. Menurut Informan 2, terkadang dalam sesi tanya jawab, menerima banyak pertanyaan melalui komentar dan pesan langsung, yang mana pertanyaan tersebut harus dijawab dengan cepat dan akurat, namun hal tersebut memang menjadi tantangan tersendiri. Karena ini memerlukan dedikasi dan waktu, serta koordinasi yang baik di antara tim mereka. Terkadang, beberapa pertanyaan cukup kompleks dan memerlukan penjelasan yang lebih mendalam, yang sulit disampaikan melalui pesan singkat di Instagram. Selanjutnya, menurut Informan 1, sebagai penyuluhjuga perlu berhati-hati dalam mengelola tanggapan negatif atau kritik yang mungkin muncul, baik dalam komentar atau lewar DM. Respons yang tepat dan profesional sangat penting untuk menjaga citra KPP. Mereka harus memastikan bahwa semua interaksi di Instagram mencerminkan komitmen KPP untuk membantu wajib pajak dengan cara yang ramah dan informatif.

Gambar 4
Wawancara Dengan Informan

Sumber: Dokumen Peneliti (2024)

Pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyuluhan oleh KPP Pratama Bandung Cicadas menghadapi berbagai tantangan, mulai dari konsistensi pembuatan konten, penyederhanaan informasi kompleks, kendala teknis, hingga pengelolaan interaksi dengan audiens. Namun, dengan strategi yang tepat dan komitmen untuk terus belajar dan beradaptasi, tantangantantangan ini dapat diatasi. Melalui upaya kolaboratif dan peningkatan kualitas, KPP Pratama Bandung Cicadas dapat memaksimalkan potensi Instagram sebagai platform penyuluhan yang efektif.

Mengatasi Tantangan dalam Pemanfaatan Instagram sebagai Sarana Penyuluhan oleh KPP Pratama Bandung Cicadas

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyuluhan semakin marak digunakan oleh berbagai instansi pemerintah, termasuk Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Bandung Cicadas. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, menawarkan potensi besar dalam menjangkau masyarakat luas dan menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan interaktif. Namun, dalam implementasinya, ada berbagai tantangan yang harus dihadapi, berikut merupakan cara mengatasi tantangan dalam pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyuluhan:

1. Kesulitan Konsisten dalam Pembuatan Konten. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah konsistensi dalam pembuatan konten. Untuk mengatasi masalah ini, perencanaan konten yang matang sangat diperlukan. Membuat kalender konten bulanan dapat membantu mengorganisir topiktopik yang akan dibahas dan kapan akan dipublikasikan. Ini memungkinkan tim untuk mempersiapkan konten jauh-jauh hari dan memastikan variasi serta relevansi topik. Selain itu, membentuk tim konten khusus yang terdiri dari penulis, desainer grafis, dan videografer dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas konten. Dengan pembagian tugas yang jelas, setiap anggota tim dapat fokus pada keahliannya masing-masing, sehingga menghasilkan konten yang menarik dan berkualitas tinggi secara konsisten. Sebagaimana dalam penelitian yang ditulis oleh Dewanti et al. (2022), Dengan pembagian tugas yang tepat dan efektif, efisiensi kerja pegawai akan meningkat, memungkinkan penghematan waktu dan tenaga. Hal ini akan membantu pegawai menghasilkan pekerjaan yang optimal, yang pada gilirannya akan meningkatkan kinerja mereka dalam aktivitas organisasi. Penggunaan alat otomatisasi media sosial juga dapat membantu dalam menjadwalkan postingan, sehingga konten bisa dipublikasikan pada waktu yang tepat tanpa perlu diunggah secara manual setiap kali.
2. Penyederhanaan Informasi Pajak yang Kompleks. Menyederhanakan informasi perpajakan yang kompleks menjadi konten yang mudah dipahami merupakan tantangan signifikan. Penggunaan infografis dan visual bisa sangat membantu dalam hal ini. Infografis dapat menyajikan data dan informasi dalam bentuk visual yang menarik dan mudah dipahami, sehingga memudahkan audiens dalam menangkap pesan utama (Saptodewo, 2014). Selain itu, membuat video pendek atau cerita yang menjelaskan konsep-konsep dasar perpajakan dengan bahasa yang sederhana dan menarik dapat meningkatkan pemahaman audiens.

Pendekatan naratif, di mana informasi disampaikan dalam bentuk cerita yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, juga dapat membantu audiens untuk lebih mudah memahami topik-topik pajak yang rumit.

3. Algoritma Instagram yang Berubah-Ubah. Algoritma Instagram yang sering berubah-ubah bisa menjadi kendala teknis dalam mencapai audiens. Untuk mengatasi tantangan ini, tim media sosial KPP Pratama Bandung Cicadas perlu diberikan pelatihan rutin mengenai tren terbaru dan perubahan algoritma Instagram. Ini membantu tim untuk tetap up-to-date dan dapat menyesuaikan strategi konten dengan perubahan yang terjadi. Diversifikasi konten dengan memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti Reels, IGTV, Stories, dan post reguler juga bisa meningkatkan peluang konten untuk terlihat oleh audiens. Algoritma Instagram cenderung menguntungkan akun yang menggunakan berbagai fitur platform. Selain itu, menggunakan alat analisis Instagram untuk melacak performa konten dapat membantu tim mengidentifikasi jenis konten yang paling efektif dan waktu terbaik untuk memposting, sehingga strategi konten dapat dioptimalkan berdasarkan data yang ada. (Matamaya, 2024)
4. Jangkauan Audiens. Meskipun Instagram memiliki banyak pengguna, tidak semua wajib pajak aktif di platform ini. Untuk mengatasi masalah ini, KPP Pratama Bandung Cicadas bisa melakukan kolaborasi dengan influencer atau tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh di bidang perpajakan atau keuangan. Kerjasama ini dapat membantu meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens. Selain itu, menyebarluaskan konten ke audiens yang lebih luas dapat dilakukan melalui strategi kampanye berbayar atau iklan di Instagram (Kurniawan & Irwansyah, 2021). Ini memungkinkan konten penyuluhan pajak untuk menjangkau pengguna yang mungkin tidak terlalu sering menggunakan Instagram. Strategi ini juga bisa dioptimalkan dengan menggunakan target audiens yang spesifik, sehingga konten dapat mencapai wajib pajak yang relevan.
5. Interaksi dengan Audiens. Interaksi dengan pengikut di Instagram merupakan tantangan tersendiri. Menjawab pertanyaan melalui komentar dan pesan langsung dengan cepat dan akurat memerlukan dedikasi dan waktu. Untuk mengatasi ini, tim penyuluh perlu melakukan koordinasi yang baik dan membagi tugas untuk memastikan bahwa semua pertanyaan dapat dijawab dengan tepat waktu. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Arizona (2018) bahwa tugas dan tanggung jawab dalam menjalankan kegiatan atau organisasi tidak boleh dibebankan hanya kepada satu orang. Semua anggota harus berbagi tanggung jawab sesuai dengan keahlian masing-masing. Mengelola tanggapan negatif atau kritik juga penting untuk menjaga citra KPP. Tim harus memastikan bahwa setiap respons yang diberikan mencerminkan komitmen KPP untuk membantu wajib pajak dengan cara yang ramah dan informatif. Selain itu, menyediakan FAQ atau konten yang menjawab pertanyaan umum secara proaktif dapat mengurangi volume pertanyaan yang masuk dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh audiens secara efektif.

Kesimpulan

Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, oleh KPP Pratama Bandung Cicadas sebagai sarana penyuluhan pajak telah menunjukkan bahwa KPP Pratama Bandung Cicadas telah memanfaatkan Instagram sebagai sarana penyuluhan kepada wajib pajak. Dengan memanfaatkan Instagram, KPP Pratama Bandung Cicadas mampu melakukan penyuluhan dengan penyampaian informasi secara cepat, interaktif, dan efisien. Melalui fitur-fitur seperti live streaming, postingan reguler, dan interaksi langsung dengan pengguna, KPP Pratama Bandung Cicadas berhasil

Volume 1 Nomor 1 Desember 2024
ISSN:

menciptakan komunikasi dua arah yang lebih efektif dengan wajib pajak. Strategi pemanfaatan Instagram oleh KPP Pratama Bandung Cicadas mencakup berbagai pendekatan inovatif, seperti program live streaming "Cicadas Menyapa" yang memberikan akses informasi secara real-time dan interaktif. Program ini tidak hanya meningkatkan transparansi dan aksesibilitas informasi perpajakan, tetapi juga membangun kepercayaan antara KPP dan wajib pajak. Penggunaan konten yang relevan dengan tren masa kini serta kolaborasi dengan figur publik turut memperkuat daya tarik dan efektivitas penyuluhan perpajakan melalui Instagram.

Meskipun demikian, pemanfaatan media sosial dalam penyuluhan perpajakan juga menghadapi tantangan, seperti perlunya adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan preferensi pengguna yang terus berubah. Namun, dengan strategi yang tepat dan terus beradaptasi, Instagram dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung program penyuluhan perpajakan dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai sarana penyuluhan pajak oleh KPP Pratama Bandung Cicadas telah memberikan kontribusi positif terhadap upaya peningkatan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Dengan mengadopsi praktik terbaik yang diidentifikasi dalam penelitian ini, instansi pemerintah lainnya dapat mengoptimalkan pemanfaatan media sosial untuk tujuan serupa. Melalui pemanfaatan teknologi digital yang inovatif, program penyuluhan perpajakan di Indonesia dapat lebih efektif dan efisien, mendukung tercapainya tujuan pembangunan nasional melalui peningkatan penerimaan pajak yang optimal.

Referensi

Andi Tenri Sapada, & Muhammad Ikbal. (2020). Optimasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Peningkatan Pelayanan Balai Besar Pengembangan Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Makassar. *Jurnal Administrasi Publik*,16(1), 14. https://doi.org/10.52316/jap.v16i1.44

Anita, & Harsyeno, A. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram terhadap Respons Masyarakat Pengguna Layanan Informasi Direktorat Jenderal Pajak. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 5(2), 117–128. https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jbest/article/view/711

Aristo, T., Jafar, H., & Ilham, M. (2023). Strategi Penyuluhan Perpajakan Yang Efektif Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Kantor Wilayah DJP Sumatera Utara I). *Educoretax*, 3(1), 1–13. https://doi.org/10.54957/educoretax.v3i1.334

Arizona, R. (2018). Peran Team Work Dalam Upaya Meningkatkan Kinerjakaryawan Pada Pt. Asuransi Sinarmas Cabang Malang. Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi, 20(1), 52. https://doi.org/10.30649/aamama.v20i1.92

Cahyono, A. S. (2022). PENGARUH MEDIA SOSIALN TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *E-Journal Marine Inside*, 1(2), 1–32. https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9

Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308

Dewanti, D. C., Murtini, W., & Murwaningsih, T. (2022). Pembagian Kerja Pegawai Pada Bagian Pengolahan Data Dan Informasi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta. *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 6(1), 48. https://doi.org/10.20961/jikap.v6i1.55130

Fitri Djaafara, A., Safitri, Y., & Rasji. (2023). Implementasi Hukum Pajak Bagi Kesejahteraan Masyarakat Indonesia. *Jurnal Multilingual*, 3(4), 1412–1482.

Kurniawan, E. P., & Irwansyah, I. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pada Media Sosial Melalui Iklan Instagram. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 294–307. https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.247

Lindiani, L., Registiana, I., Fajrullah, F., & Noviyanti, I. (2024). Analisis Strategi Promosi Bisnis UMKM Coffee Shop Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 75–93.

Matamaya. (2024). Strategi Konten Berdasarkan Data dari Instagram Analytics. Matamaya.Id. https://matamaya.id/article/strategi-konten-media-sosial/strategi-konten-berdasarkan datadari-instagram-analytics

Muharram, D., & Permata Husda, A. (2023). Analisis Kesadaran, Penyuluhan Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Kpp Batam Selatan. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(3). https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i3.7626

Novita, A. R., Topowijono, & Z.A, Z. (2015). Pengaruh Efektifitas Penyuluhan, Penerapan Aplikasi Sistem Elektronik Perpajakan dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Pemenuhan Kewajiban Perpajakan (Studi Pada KPP Pratama Surabaya Wonocolo). *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 13(April), 15–38.

Perwithasari, R., & Kurniawan, M. (2022). Analisis Sosial Media Instagram Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Bilik Tropical Sepatan. *Dynamic Management Journal*, 6(2), 160. https://doi.org/10.31000/dmj.v6i2.6905

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950

Saptodewo, F. (2014). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain*, 01(03), 163–218.

Sugyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Issue January). Bandung: CV Saba Jaya Publisher.

Utami, D. P., Melliani, D., Maulana, F. N., Marliyanti, F., & Hidayat, A. (2021). IKLIM ORGANISASI KELURAHAN DALAM PERSFEKTIF EKOLOGI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 1–4.