

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Pada era saat ini banyak hal yang mengalami perkembangan sangat pesat. Salah satu yang berkembang dengan sangat pesat adalah teknologi. Di dalam kehidupan, terdapat kegiatan yang membutuhkan teknologi sebagai sarana alat pembantu. Salah satu teknologi yang memberikan beragam manfaat untuk kehidupan manusia, yaitu teknologi informasi. Teknologi informasi ini memberi beragam manfaat terhadap kehidupan manusia, seperti mempermudah dalam membuat, mengubah, menyimpan, dan mengkomunikasikan atau menyampaikan informasi.

Teknologi informasi memiliki inovasi-inovasi yang dapat membantu untuk memberikan informasi secara luas. Salah satu inovasi dari teknologi informasi yang dapat memberikan informasi secara luas, yaitu *Youtube*. *Youtube* adalah *platform* berbagi video yang berisikan berbagai informasi berbentuk video mulai dari berita terkini, sejarah, musik atau lagu, dan video-video menarik. Pada saat ini *youtube* memiliki peminat yang sangat banyak yang dikarenakan tersedianya berbagai konten-konten menarik yang ditawarkan. Selain memiliki konten-konten yang menarik, pada saat ini *youtube* juga dipergunakan sebagai media pembelajaran bagi siswa dan mahasiswa. Hal ini dikarenakan pandemi covid-19 yang mengharuskan untuk melakukan pembelajaran jarak jauh atau belajar dari rumah. Tidak hanya sebagai media pembelajaran, *youtube* juga dimanfaatkan oleh banyak orang sebagai sarana penghibur disaat pandemi covid-19 ini.

Berbagai konten menarik yang disuguhkan pada *youtube*, seperti berita, sejarah, musik atau lagu, dan berbagai video menarik lainnya, sehingga membuat *youtube* berhasil menjadi *platform* yang memiliki peminat pengguna paling tinggi di Indonesia pada tahun 2020. Dalam satu bulan terakhir terdapat 94% pengguna internet di Indonesia berusia 16-64 tahun yang mengakses *platform youtube*. Dengan persentase tersebut *youtube* menjadi *platform* yang paling banyak diakses dibandingkan dengan *platform* lainnya (Lidwina, 2021). Berikut merupakan gambar yang menunjukkan *youtube* memiliki persentase pengguna tertinggi di Indonesia:

Tabel 1. Persentase Akses Media Sosial oleh Pengguna Internet Usia 16-64 Tahun di Indonesia (2020)

No.	Media Sosial	Persentase (%)
1.	<i>Youtube</i>	93,8%
2.	<i>WhatsApp</i>	87,7%
3.	<i>Instagram</i>	86,6%
4.	<i>Facebook</i>	85,5%
5.	<i>Twitter</i>	63,6%
6.	<i>Facebook Messenger</i>	52,4%
7.	<i>LINE</i>	44,3%
8.	<i>LinkedIn</i>	39,4%
9.	<i>TikTok</i>	38,7%
10.	<i>Pinterest</i>	35,6%

(Sumber: Katadata.co.id)

Data di atas menunjukkan *youtube* adalah *platform* media sosial yang mayoritas digunakan oleh masyarakat karena dapat menarik perhatian masyarakat

melalui fitur-fiturnya yang mudah digunakan. Selain kemudahan fitur-fitur yang dimiliki, *youtube* juga dapat diakses di mana saja dengan syarat memiliki atau terhubung dengan jaringan internet. *Youtube* adalah salah satu *platform* yang memiliki sifat fleksibel karena *youtube* dapat ditonton pada tempat dan waktu yang fleksibel serta dapat diakses oleh siapa saja melalui *smarthphone*, tablet atau komputer dan laptop (Mastanora, 2018). Dengan kemudahan-kemudahan yang telah ditawarkan kepada para pengguna *youtube*, sehingga membuat lebih mudah untuk memanfaatkannya. Ada yang memanfaatkannya untuk mencari informasi dan ada juga yang memanfaatkannya untuk berbagi informasi.

Terdapatnya konten-konten yang menarik pada *platform youtube* merupakan salah satu bentuk pemanfaatan *youtube*. Dibalik konten-konten yang menarik tersebut, tentunya terdapat orang yang menciptakan dan mengunggah konten-konten berupa video tersebut. Orang yang menciptakan dan mengunggah konten ke *youtube* disebut *youtuber*. *Youtuber* ini dapat berupa orang pribadi ataupun kelompok beberapa orang. Menurut Fitriawati & Retnasari (dalam Putra, 2018: 1) *youtuber* merupakan orang atau sekelompok orang yang melakukan produksi suatu karya dalam bentuk video dan mengunggah atau membagikan karya video tersebut pada *platform youtube* sesuai dengan bidang yang dipilihnya. *Youtuber* akan mengunggah video atau konten yang telah diciptakannya tersebut melalui *channel youtube* yang sebelumnya telah dibuat. *Channel youtube* tersebut nantinya akan menjadi wadah video atau konten-konten yang telah diunggah oleh *youtuber*.

Di era saat ini, *youtuber* sudah tidak asing lagi terdengar ditelinga masyarakat. Hal ini dikarenakan *youtuber* saat ini telah dianggap sebagai sebuah

profesi. *Youtuber* dianggap sebagai sebuah profesi karena menjadi *youtuber* saat ini dapat memperoleh penghasilan dengan mengunggah konten-konten ke *youtube*. Menjadi seorang *youtuber* merupakan cara mendapatkan penghasilan dari internet. Penghasilan yang diperoleh *youtuber*, salah satunya bersumber dari *Google AdSense*.

Google AdSense merupakan sebuah program kerjasama *google* dengan *youtuber* untuk menayangkan iklan pada konten yang diunggah oleh *youtuber*. Pada umumnya *google AdSense* ini adalah program yang mengatur iklan-iklan pada setiap konten yang diunggah di internet. Sebelum *youtuber* memperoleh penghasilan dari *google AdSense*, terdapat persyaratan untuk bekerjasama. Jika telah melakukan kerjasama dengan *google AdSense*, maka *youtuber* akan memperoleh penghasilan dari iklan-iklan yang disematkan pada konten-konten yang diunggah oleh *youtuber*.

Terdapat persyaratan lain untuk *youtuber* memperoleh penghasilan dari *google AdSense*. Persyaratan tersebut adalah persyaratan memenuhi jumlah *subscriber* dan *viewer*. Jumlah minimal untuk memenuhi persyaratan *subscriber* adalah 1.000 *subscribe*. Sedangkan untuk memenuhi persyaratan *viewer* adalah minimal memiliki 4.000 jam tayang untuk seluruh konten yang telah diunggah pada *channel youtube* dalam kurun waktu selama 12 bulan terakhir. Jika telah memenuhi persyaratan tersebut, maka *youtuber* akan memperoleh penghasilan dari setiap konten yang diunggah ke *youtube*.

Penghasilan yang diperoleh setiap *youtuber* dapat berbeda-beda. Hal tersebut disebabkan oleh perbedaan jumlah *subscribe* dan *viewer* video. Semakin banyak *subscriber* & *viewer* video yang diunggah akan semakin tinggi

penghasilan yang diperoleh, begitu juga sebaliknya. Selain dari *google adsense*, penghasilan yang diperoleh seorang *youtuber* juga dapat bersumber dari penjualan *merchandise*, *endorsement* atau mempromosikan produk barang atau jasa, donasi dari para penonton pada saat *youtuber* melakukan *live streaming*, dan bisa juga berasal dari usaha yang dibangun oleh *youtuber* itu sendiri.

Di Indonesia telah banyak *youtuber* yang sukses dengan memiliki *subscriber* dan penghasilan yang tinggi. Salah satu *youtuber* yang sukses di Indonesia, yaitu Atta Halilintar (AH) dengan jumlah *subscribe* 29,5 juta. Selain Atta Halilintar (AH), terdapat juga *youtuber* Indonesia yang sukses, yaitu Ricis Official dengan jumlah *subscriber* 29,5 juta, Jess No Limit dengan jumlah *subscriber* 24,2 juta, dan masih banyak lagi *youtuber* sukses di Indonesia.

Bali juga memiliki banyak *youtuber* yang populer dengan memiliki konten-konten yang menarik perhatian masyarakat. Adapun *youtuber* asal Provinsi Bali yang populer dikalangan masyarakat, diantaranya Frost Diamond, Yudist Ardhana, Bobon Santoso, Putu Bahagiana, Ayu Puspa Anggraeni Putri, Arykakul Bali, Haipuja, dan masih banyak lagi *youtuber* asal Provinsi Bali yang populer di kalangan masyarakat. Beberapa *channel youtube* asal Bali di atas memiliki *subscriber* dan *views* video yang banyak. Selain memiliki *subscriber* dan *viewer* yang banyak, *youtuber-youtuber* tersebut juga memiliki estimasi penghasilan yang lumayan tinggi. Berikut ini merupakan estimasi penghasilan, *subscriber*, dan jumlah *views* dari beberapa *youtuber* asal Bali.

Tabel 2. Estimasi Penghasilan Per Bulan *Youtuber* Asal Bali Berdasarkan Jumlah *Subscriber* dan Jumlah *Views*.

No.	Nama Channel	<i>Subscriber</i>	<i>Viewer</i>	Penghasilan Minimum/ Bulan	
				(\$)	(Rp.)
1.	Frost Diamond	21.100.000	4,797,723,761	29.700	425.066.400

2.	Yudist Ardhana	11.300.000	3,233,705,394	36.900	528.122.800
3.	Bobon Santoso	8.560.000	1,230,045,338	9.800	140.257.600
4.	Putu Bahagiana	3.210.000	385,584,904	422	6.039.664
5.	Ayu Puspa Anggraeni Putri	2.120.000	176,984,829	102	1.459.824
6.	ARYKAKUL BALI	801.000	139,010,319	353	5.052.136
7.	Haipuja	119.000	27.842.514	230	3.291.760

(Sumber: *Socialblade.com*, 2022)

Berdasarkan data dari *Socialblade.com* yang telah diolah di atas, dapat dilihat estimasi penghasilan minimum per bulan dari beberapa para *youtuber* asal Bali yang bersumber dari *google adsense*. Penghasilan minimum per bulan yang diperoleh oleh para *youtuber* asal Bali tersebut memiliki angka yang tinggi jika dirupiahkan, bahkan terdapat estimasi penghasilan hingga ratusan juta rupiah. Penghasilan yang diperoleh para *youtuber* kembali lagi merujuk pada jumlah *views* dari video yang telah diunggah. Dari data di atas, terdapat *youtuber* yang memiliki penghasilan di atas Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP). Sesuai dengan peraturan perpajakan di Indonesia, salah satu syarat seseorang untuk menjadi wajib pajak yaitu mempunyai penghasilan di atas PTKP. Dengan penghasilan yang melebihi PTKP, seorang *youtuber* telah memenuhi syarat menjadi wajib pajak. Sesuai dengan UU No. 6 Tahun 1983, wajib pajak merupakan seseorang ataupun badan yang berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditetapkan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan.

Pada dasarnya seorang *youtuber* telah memperoleh penghasilan bersih (*neto*) berarti penghasilan yang diterima telah dipotong sebesar 20% oleh *google* sesuai dengan peraturan pajak PPh Pasal 23. Hal ini dikarenakan *youtube* telah menerapkan peraturan perpajakan sesuai dengan peraturan perpajakan di Indonesia. Menteri Keuangan Sri Mulyani memaparkan, perusahaan *Google* telah

melaksanakan kewajiban pajaknya untuk tahun 2016 dengan melakukan penyetoran Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) (Tempo.co, 2017). Dengan pernyataan tersebut, *youtuber* telah melakukan pembayaran pajak sesuai PPh Pasal 23 yang dipotong dari penghasilannya dan telah dibayarkan oleh pihak *google* selaku pemberi penghasilan.

Diluar pemotongan pajak dari *google*, penghasilan seorang *youtuber* juga masih dikenakan pajak, terutama pada penghasilan yang diperoleh di luar *youtube* dan belum dilakukan pemotongan pajak. Jika pengenaan pajak terhadap *youtuber* dilihat dari aspek pajak penghasilan, terdapat skema untuk *youtuber* yakni PPh pasal 23 serta PPh pasal 25 (Amaranggana, 2021). Skema PPh pasal 23 akan dilakukan pada saat *youtuber* bergabung dalam sebuah *agency* yang menaunginya. Maka *agency* yang menaungi *youtuber* tersebut diwajibkan untuk memungut dan melaporkan PPh 21 *youtuber* yang bersangkutan. Selain pemotongan PPh 21 dari pihak *agency*, pemotongan PPh 21 juga dilakukan oleh perusahaan yang menggunakan jasa *youtuber*. Pemotongan yang dilakukan oleh perusahaan yang menggunakan jasa *youtuber* akan dilakukan apabila perusahaan tersebut memiliki status selaku pemotong PPh 21. Jika tidak memiliki status pemotong PPh 21, *youtuber* diwajibkan untuk melakukan pelaporan pada SPT tahunannya bersamaan dengan penghasilan yang lainnya.

Sedangkan untuk skema PPh pasal 25 dilakukan pada penghasilan *youtuber* yang tidak dipotong oleh perusahaan pemotong PPh 21 dan untuk penghasilan *youtuber* yang tidak bergabung dengan *agency*. *Youtuber* termasuk sebagai pekerjaan bebas yang tercatat pada Kelompok Lapangan Usaha (KLU) dengan kegiatan sebagai pekerja seni dengan kode 90002 sebagaimana

dimaksud dalam pemotongan penghasilan neto yang tercantum pada peraturan yang dibuat Direktorat Jenderal Pajak. Peraturan tersebut diatur pada Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 mengenai Norma Perhitungan Penghasilan Neto.

Pemahaman tentang perpajakan sangat dibutuhkan oleh seluruh *youtuber* di Indonesia untuk patuh dalam membayar atau melaporkan pajaknya. Dengan memiliki pemahaman tentang perpajakan, para *youtuber* akan mengerti dan menjadi lebih mudah untuk mengetahui bagaimana peraturan-peraturan perpajakan yang berlaku. Dalam memahami tentang perpajakan pastinya tidak lepas dari pengetahuan perpajakan. Hal ini dikarenakan pemahaman terkait perpajakan akan terjadi apabila seseorang memiliki pengetahuan tentang perpajakan. Memiliki pemahaman terhadap perpajakan belum sepenuhnya bisa membuat para *youtuber* sebagai wajib pajak menjadi patuh untuk melaporkan pajaknya. Mengingat sistem perpajakan di Indonesia menganut *self assessment system* yang dapat diartikan bahwa pelaporan dan perhitungan pajak diserahkan langsung kepada wajib pajak.

Melalui *self assessment system* wajib pajak melaporkan serta menghitung sendiri. Namun, dengan penerapan *self assessment system* ini sangat dibutuhkan kesadaran dari setiap individu dalam pelaporan pajak. Yustinus Prastowo yang merupakan Direktur Eksekutif Center of Indonesia Taxtion Analysis (CITA) mengungkapkan adanya penyebab seorang *youtuber* tidak melakukan pembayaran terhadap pajak, yakni seorang *youtuber* dengan sadar menghindar atau secara sengaja untuk tidak melakukan pembayaran pajak sebagaimana mestinya. Selain itu, penyebab seorang *youtuber* tidak melakukan pembayaran

terhadap pajak yakni ketidaktahuan seorang *youtuber* terhadap pemahaman mengenai pajak yang dilimpahkan kepada seorang *youtuber* (Situmorang, 2019). Dengan adanya pernyataan tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa pemahaman serta kesadaran *youtuber* sebagai wajib pajak sangatlah diperlukan dalam kepatuhan perpajakan. Selain itu, (Subarkah & Maya, 2017) memaparkan bahwasanya pemahaman dan kesadaran memberi pengaruh positif serta signifikan pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Adanya pandemi covid-19 menyebabkan aktivitas yang awalnya dilaksanakan secara tatap muka berubah menjadi ke arah virtual dengan memanfaatkan teknologi informasi. Dengan terjadinya fenomena tersebut, di tahun 2020 Direktorat Jenderal Pajak (DJP) melakukan pengawasan lebih ketat terhadap *youtuber*. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mendeteksi besarnya potensi pekerjaan yang dikategorikan sebagai wajib pajak orang kaya atau *High Wealth Individual* (HWI) memerlukan pengawasan secara selektif (Kontan.co.id, 2021). Hal tersebut bertujuan untuk mengoptimalkan potensi penerimaan negara dari para pelaku ekonomi yang berkulat di media sosial dimasa pandemi covid-19.

Selain aktivitas yang berubah menjadi virtual, adanya pandemi covid-19 menyebabkan perekonomian dan penerimaan pajak negara mengalami penurunan. Melakukan optimalisasi penerimaan negara melalui pemungutan pajak *youtuber* merupakan salah satu solusi peningkatan perekonomian negara. Penelitian oleh (Angin & Helena, 2021) menyatakan bahwa pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP), menerapkan pengenaan Pajak Penghasilan (PPH) kepada *Youtuber* serta *Selebgram* yang menerima penghasilan melalui *YouTube* atau *Instagram* ataupun yang menjadikan *YouTuber* serta *Selebgram* sebagai

pekerjaan utamanya merupakan sebuah peluang yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemasukan negara.

Berdasarkan pemaparan di atas terkait dengan pengenaan Pajak Penghasilan (PPh) kepada *youtuber*, pada dasarnya akan kembali kepada pemahaman dan kesadaran terhadap perpajakan dari *youtuber* itu sendiri untuk patuh terhadap pelaporan pajaknya. Dalam hal ini, pemahaman terhadap perpajakan sangatlah penting bagi *youtuber* sebagai wajib pajak guna mengetahui pengetahuan mengenai perpajakan. Kesadaran para *youtuber* sebagai wajib pajak juga tidak kalah penting dalam menumbuhkan rasa tanggungjawabnya terhadap kewajibannya dalam menghitung serta melaporkan pajak. Dalam hal ini kesadaran pada *youtuber* sangat diuji terhadap kesadaran untuk membayar pajak. Kesadaran membayar pajak setiap *youtuber* tentu berbeda karena dalam perihal ini seorang *youtuber* akan kembali membayar pajak setelah menerima penghasilan neto.

Penelitian ini mengacu kepada penelitian oleh (Subarkah & Maya, 2017); (As'ari, 2018); (Wibisono, 2020); dan (Oly, 2021). Pada penelitian tersebut menyatakan pemahaman serta kesadaran pajak memberi pengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Namun, pada penelitian oleh (As'ari, 2018) memperoleh hasil penelitian yang berbeda. Hasil penelitian yang diperoleh (As'ari, 2018) menyatakan bahwa pemahaman peraturan perpajakan memberi pengaruh pada kepatuhan wajib pajak, dan kesadaran wajib pajak tidak memberi pengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Begitu juga penelitian oleh (Wibisono, 2020) pada penelitiannya menunjukkan bahwasanya kesadaran tidak memberi pengaruh pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi. (Wibisono, 2020) menyatakan hal

tersebut dikarenakan terdapat faktor-faktor yang memberi pengaruh, seperti wajib pajak tidak mendaftar untuk memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), rendahnya tingkat kesadaran pada lingkungan wajib pajak dan pengetahuan terhadap perpajakan yang rendah.

Penelitian ini juga berpedoman kepada penelitian oleh (Datu, 2019). Pada penelitian oleh (Datu, 2019) memperoleh hasil bahwasanya kesadaran pajak memberi pengaruh pada penerapan *self assessment system*. Namun, pada penelitian ini memiliki perbedaan, yaitu penelitian ini tidak menggunakan *self assessment system* sebagai variabel melainkan hanya menggunakan kesadaran sebagai salah satu variabel untuk melakukan pengujian terhadap *youtuber*. Hal tersebut dikarenakan variabel kesadaran memiliki pengaruh terhadap *self assessment system* yang dinyatakan pada penelitian (Datu, 2019). Mengingat bahwa *self assessment system* adalah sistem yang sepenuhnya dilimpahkan pada wajib pajak dalam melakukan perhitungan serta pelaporan pajak, maka pada dasarnya *self assessment system* memerlukan kesadaran diri dari seorang wajib pajak dalam melakukan perhitungan serta pelaporan pajak. Pada penelitian yang dilakukan (Putri & Priyo, 2022) *self assessment system* dinyatakan memberi pengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk menggunakan kesadaran sebagai variabel penelitian, karena berdasarkan penelitian terdahulu kesadaran memiliki pengaruh terhadap *self assessment system* dan kepatuhan wajib pajak.

Selain mengacu pada penelitian (Subarkah & Maya, 2017); (As'ari, 2018); (Datu, 2019); (Wibisono, 2020); (Oly, 2021); serta (Putri & Priyo, 2022), penelitian ini juga mengadopsi penelitian oleh Putra (2018). Pada penelitian

(Putra, 2018) memperoleh hasil bahwasanya penerapan pajak penghasilan yang sesuai untuk *youtuber* yaitu Per-17/PJ/2015 dengan Norma Perhitungan Penghasilan Neto karena diakibatkan beberapa faktor seperti sumber penghasilan, pemberi penghasilan serta waktu penerimaan penghasilan. Namun pada penelitian ini memiliki perbedaan, yaitu penelitian kali ini tidak melakukan pengujian terhadap penerapan peraturan perpajakan terhadap *youtuber* tetapi penelitian ini lebih mengarah kepada pemahaman dan kesadaran perpajakan para *youtuber* terhadap kepatuhan membayarkan pajak setelah memperoleh penghasilan neto.

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan sebelumnya dan beberapa perbedaan hasil yang terjadi pada penelitian sebelumnya, peneliti terpacu untuk meneliti kembali. Peneliti ingin meneliti pemahaman dan kesadaran pajak *youtuber* di Bali. Penelitian ini dilakukan dengan mengungkapkan seberapa pemahaman dan kesadaran yang dimiliki oleh *youtuber* di Provinsi Bali terhadap Pajak Penghasilan Orang Pribadi dengan perhitungan pajak berdasarkan seluruh penghasilan yang diperoleh *youtuber*. Maka, peneliti mengangkat sebuah penelitian dengan judul “**Mengungkap Pemahaman dan Kesadaran Pajak *Youtuber* di Bali**”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang serta observasi awal sehingga ditemukan berbagai masalah mengenai pemahaman dan kesadaran membayar pajak pada *youtuber* di Bali. Permasalahan tersebut, di antaranya:

1. Penghasilan seorang *youtuber* tidak tetap sehingga sulit untuk diidentifikasi.

2. Tingkat kesadaran wajib pajak untuk melakukan pelaporan masih dikatakan sulit untuk dapat diidentifikasi.
3. Pemahaman perpajakan seorang *youtuber* yang kurang akan mempengaruhi kesadaran terhadap membayar pajak.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah adalah sebuah pembatasan terhadap penelitian yang dilakukan yang memiliki tujuan untuk menjadikan penelitian menjadi lebih tertata, sehingga penelitian tidak akan berlawanan arah, serta penelitian akan tetap pada tujuannya. Berdasarkan uraian identifikasi masalah penelitian tersebut, pembatasan masalah pada penelitian ini hanya pada pemahaman dan kesadaran pajak *youtuber*. Dalam hal ini, *youtuber* yang akan dijadikan subjek penelitian adalah *youtuber* yang berasal dari Bali.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pembatasan masalah yang ditentukan pada penelitian ini, adapun rumusan masalah yang akan dikaji, sebagai berikut.

1. Bagaimanakah pemahaman yang dimiliki oleh seorang *youtuber* tentang perpajakan?
2. Bagaimanakah kesadaran yang dimiliki oleh seorang *youtuber* untuk membayarkan pajaknya?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah tersebut, adapun tujuan dari penelitian, sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pemahaman tentang perpajakan yang dimiliki oleh seorang *youtuber*.
2. Untuk mengetahui kesadaran membayar pajak yang dimiliki oleh seorang *youtuber*.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat yang diharapkan berupa penambah wawasan serta pengetahuan untuk penulis serta pembaca terkait materi tentang pemahaman serta kesadaran perpajakan. Selain hal tersebut, diharapkan juga penelitian ini mampu berkontribusi pada pengembangan literatur-literatur serta penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Sebagai tambahan referensi buku di perpustakaan dan dapat menjadi sebuah masukan dalam meningkatkan kualitas lembaga yang ada.

b. Bagi Pemerintah

Sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan yang terkait dengan perpajakan.

c. Bagi Masyarakat

Sebagai pertimbangan dalam pelaksanaan praktik tentang pemahaman dan kesadaran terkait perpajakan.