

Pemanfaatan Media Sosial "Go Tax and Audit" sebagai Sarana Edukasi Perpajakan dan Akuntansi bagi Masyarakat di Kantor Akuntan Publik Kabupaten Sidoarjo

Luluk Farida*¹, Fariyana Kusumawati²

^{1,2} D3 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunodjoyo Madura, Bangkalan, Indonesia
*e-mail: lulukfarida0409@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mendukung Kantor Akuntan Publik (KAP) di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, dalam memperluas diseminasi informasi perpajakan dan akuntansi kepada masyarakat melalui pengelolaan akun media sosial Go Tax and Audit. Pemanfaatan media sosial dipilih sebagai strategi edukasi digital karena mampu menjangkau masyarakat secara luas serta memfasilitasi penyampaian informasi yang lebih cepat, mudah diakses, dan interaktif. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif yang meliputi identifikasi kebutuhan informasi bersama mitra, penyusunan dan desain konten edukatif, validasi materi, publikasi pada berbagai platform media sosial, serta evaluasi keterlaksanaan program berdasarkan capaian publikasi dan respons audiens. Selama periode Januari–Maret 2026, program berhasil mempublikasikan 50 konten edukatif yang membahas laporan keuangan in-house, target penerimaan pajak tahun 2026, dan pelaporan SPT Tahunan UMKM berbasis Coretax. Seluruh konten memperoleh 10.234 tayangan (impressions) dan 456 tanda suka (likes) sebagai bentuk keterlibatan audiens terhadap materi yang dipublikasikan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa media sosial mampu dimanfaatkan sebagai sarana edukasi yang efektif dalam memperluas akses masyarakat terhadap informasi perpajakan dan akuntansi, sekaligus mendukung KAP dalam mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Edukasi Digital, Perpajakan, Akuntansi, Media Sosial, Masyarakat Umum.

Abstract

This community service program aimed to support a Public Accounting Firm (Kantor Akuntan Publik/KAP) in Sidoarjo Regency, East Java, in expanding the dissemination of taxation and accounting information through the management of the Go Tax and Audit social media account. Social media was employed as a digital educational platform due to its ability to reach a broad audience while providing fast, accessible, and interactive information delivery. The program adopted a participatory educational approach consisting of needs assessment with the partner institution, development and design of educational content, content validation, publication across multiple social media platforms, and program evaluation based on publication achievements and audience engagement. During the implementation period from January to March 2026, a total of 50 educational posts covering in-house financial statements, the 2026 tax revenue target, and Annual Tax Return (SPT) reporting for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through the Coretax system were successfully published. These posts generated 10,234 impressions and received 456 likes, indicating positive audience engagement with the published educational content. The findings demonstrate that social media serves as an effective medium for expanding public access to taxation and accounting information while supporting the partner institution in developing sustainable and adaptive digital communication strategies.

Keywords: Digital Education, Taxation, Accounting, Social Media, General Public.

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam memperoleh informasi mengenai perpajakan dan akuntansi. Pemanfaatan teknologi digital, khususnya media sosial, memberikan peluang bagi berbagai institusi untuk menyampaikan informasi secara lebih cepat, luas, dan interaktif kepada Masyarakat (Antoni et al., 2025). Kondisi tersebut menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia sebagai salah satu sumber utama informasi. Karakteristik media sosial yang mampu

menyajikan konten visual, interaktif, dan mudah diakses menjadikannya sebagai media yang efektif untuk mendukung kegiatan edukasi publik, termasuk dalam meningkatkan literasi perpajakan dan akuntansi (Rahima & Rismayati, 2025).

Literasi perpajakan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai ketentuan perpajakan, prosedur administrasi, serta manfaat pajak masih menjadi tantangan dalam mendukung optimalisasi penerimaan negara (Direktorat Jenderal Pajak, 2024). Tantangan tersebut semakin kompleks dengan diterapkannya transformasi digital administrasi perpajakan melalui sistem Coretax Administration System yang menuntut wajib pajak untuk mampu beradaptasi dengan mekanisme pelayanan berbasis digital. Perubahan sistem tersebut memerlukan edukasi yang berkelanjutan agar masyarakat, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mampu memahami proses pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT), penggunaan layanan digital perpajakan, serta pentingnya kepatuhan administrasi perpajakan (Setiawan et al., 2025).

Pemahaman mengenai akuntansi juga menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat, khususnya pelaku UMKM, karena pencatatan keuangan yang baik merupakan dasar dalam pengambilan keputusan usaha sekaligus mendukung pemenuhan kewajiban perpajakan. Meskipun demikian, masih banyak pelaku usaha yang belum menerapkan pencatatan keuangan secara sistematis akibat keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap informasi yang mudah dipahami (Anggoro et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa edukasi mengenai akuntansi dan perpajakan perlu disampaikan melalui media yang lebih adaptif terhadap perkembangan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi (Triansyah & Putra, 2025). Pendekatan edukasi berbasis media sosial dinilai mampu meningkatkan jangkauan penyebaran informasi sekaligus mempermudah masyarakat memperoleh materi edukasi secara mandiri dan berkelanjutan (OECD, 2023).

Kondisi tersebut juga dihadapi oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) di Kabupaten Sidoarjo sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian kepada Masyarakat (Chandra Ayu Pramestidewi et al., 2025). Sebelum pelaksanaan program, penyampaian informasi perpajakan dan akuntansi masih didominasi melalui konsultasi langsung sehingga jangkauan edukasi kepada masyarakat relatif terbatas (Darmian L., 2026). Padahal, kebutuhan masyarakat terhadap informasi mengenai Coretax, pelaporan SPT Tahunan UMKM, laporan keuangan *in-house*, serta perkembangan kebijakan perpajakan terus meningkat (Putri et al., 2026). Situasi tersebut mendorong perlunya pengembangan media edukasi digital yang mampu memperluas akses informasi kepada masyarakat secara efektif dan berkelanjutan melalui pengelolaan akun media sosial Go Tax and Audit (Antoni et al., 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mendukung Kantor Akuntan Publik di Kabupaten Sidoarjo dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi perpajakan dan akuntansi (Puspa et al., 2025). Program dilaksanakan melalui pengelolaan konten edukatif yang disusun berdasarkan kebutuhan informasi masyarakat dan dipublikasikan pada berbagai platform media sosial (Idah Nufajriya Awwalin, 2025). Kegiatan ini diharapkan dapat memperluas diseminasi informasi perpajakan dan akuntansi, meningkatkan akses masyarakat terhadap materi edukatif yang kredibel, serta memperkuat peran media sosial sebagai sarana edukasi digital yang mendukung peningkatan literasi perpajakan dan akuntansi (Zaxrie et al., 2024).

2. METODE

Kegiatan dari Pratik Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan di Kantor Akuntan publik (KAP) yang terletak di Sidoarjo. Dalam Praktik Kerja Lapangan (PKL) menggunakan metode partisipatif edukatif yang bertujuan untuk melibatkan mahasiswa secara aktif dalam merancang dan menyebarkan konten edukasi, untuk meningkatkan pemahaman masyarakat umum mengenai pentingnya perpajakan dan akuntansi publik di era digital. Melalui pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya belajar secara internal di kantor, tetapi juga berkontribusi nyata dalam

menyebarkan ilmu dan informasi edukasi kepada publik melalui platform digital. Seluruh rangkaian aktivitas pengabdian ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan, yang dilaksanakan pada tanggal 05 Januari 2026– 31 Maret 2026. Pada tahap pelaksanaan ada 3 tahapan yaitu:

2.1 Tahap Koordinasi dan Arahkan

Pada tahap awal ini, proses kerja dimulai dengan komunikasi dua arah antara mahasiswa magang dan karyawan KAP. Mahasiswa menunggu pengiriman materi mentah yang diberikan oleh karyawan KAP yang akan digunakan sebagai bahan dasar pembuatan konten. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa kebutuhan informasi berfokus pada pemahaman mengenai laporan keuangan *in-house*, target penerimaan pajak tahun 2026, serta pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan UMKM berbasis Coretax. Temuan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi edukasi yang dipublikasikan melalui media sosial.

2.2 Tahap Proses Desain Kreatif

Setelah materi tersebut selesai dikirimkan mahasiswa langsung masuk tahap pembuatan kreativitas. Proses ini dilakukan melalui penyusunan konsep, desain grafis, penulisan narasi, serta penyesuaian format konten dengan karakteristik masing-masing platform media sosial. Seluruh konten terlebih dahulu melalui proses verifikasi oleh pihak KAP untuk memastikan kesesuaian substansi dengan ketentuan perpajakan dan prinsip akuntansi yang berlaku sebelum dipublikasikan.

2.3 Tahap Publikasi

Tahap publikasi melalui akun media sosial Go Tax and Audit pada platform Instagram, Facebook, X (Twitter), dan LinkedIn. Strategi edukasi dilakukan secara bertahap dengan mengunggah konten informatif yang membahas isu-isu perpajakan dan akuntansi sesuai kebutuhan masyarakat sasaran. Pemanfaatan berbagai platform media sosial bertujuan memperluas jangkauan penyebaran informasi sekaligus meningkatkan akses masyarakat terhadap materi edukasi yang kredibel dan mudah diakses kapan saja.



Gambar 1. Tahapan proses kerja dalam pembuatan konten pada akun media social
Sumber: Diolah Penulis

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Akuntan Publik (KAP), penulis terlibat langsung dalam berbagai kegiatan, salah satunya adalah pengelolaan media sosial di akun Go Tax and Audit. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan penyebaran informasi serta memperluas jangkauan promosi jasa yang ditawarkan. Dalam pelaksanaan, penulis membantu dalam proses pembuatan, pengolahan, hingga pengunggahan materi konten pada beberapa platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, Tweter, dan linkiden. Adapun tahapan kegiatan magang sebagai berikut :

3.1 Tahap Persiapan

Pada tahap awal, penulis dan rekan magang mempersiapkan perangkat seperti laptop serta aplikasi desain grafis biasanya menggunakan canva, yang digunakan dalam proses pembuatan konten. Setelah itu, mahasiswa menunggu materi yang dikirimkan oleh pihak karyawan KAP sebagai bahan utama yang akan didesain. Setelah materi diterima, penulis mulai membuka aplikasi canva untuk mengolah dan mendesain materi tersebut menjadi poster yang

menarik dan mudah dipahami. Proses pengerjaan dilakukan secara bersama-sama, di mana penulis dan rekan magang saling berdiskusi, memberikan masukan, serta menghasilkan konten yang sesuai dengan arahan yang diberikan.

3.2 Tahap Kreativitas

Setelah materi disusun dengan matang, tahap selanjutnya adalah proses desain dan pengembangan konten kreativitas dalam pembuatan konten. Pada tahap ini penulis dan rekan magang melakukan pembagian tugas secara terstruktur. Pembagian tugas dilakukan sebagai berikut :

- 3.2.1 Ada bagian dalam pembuatan desain cover yang menarik dan sesuai dengan tema konten.
- 3.2.2 Sebagian lainnya mengerjakan isi materi konten, yaitu menyusun informasi terkait diantaranya akuntansi dan perpajakan.
- 3.2.3 Rekan lainnya bertugas menyusun kesimpulan atau inti dari konten yang dibuat agar pesan edukasi dapat tersampaikan secara singkat dan tepat.
- 3.2.4 Selain itu, terdapat pembagian tugas dalam membuat caption konten yang akan di unggah di media sosial.

3.3 Hasil dari tahap berupa konten literasi perpajakan dan akuntansi sebagai berikut:



Gambar 2. Materi yang di upload di sosial media instagram akun Go Tax and Audit

Gambar diatas menunjukkan salah satu contoh konten yang dipublikasikan melalui platform Instagram. Isi dalam postingan tersebut menjelaskan mengenai laporan keuangan *inhouse* adalah laporan yang disusun oleh tim internal perusahaan untuk kebutuhan manajemen dalam monitoring kinerja, evaluasi operasional, pengambilan keputusan, dan perencanaan strategi. Berbeda dengan laporan eksternal (untuk investor, pajak, audit), laporan ini fokus pada kebutuhan internal perusahaan. Tujuan dibuatnya laporan *inhouse* untuk membantu manajemen melihat kondisi bisnis secara real-time, mengetahui profitabilitas setiap periode, mengontrol pengeluaran dan efisiensi biaya, menilai performa tiap divisi/proyek, dan mengurangi risiko kesalahan pengambilan keputusan. Perbedaan laporan *inhouse* dan external, *inhouse* formatnya fleksibel, tidak wajib mengikuti standar ketat PSAK, bisa dibuat mingguan/bulanan, dan fokus untuk manajemen sedangkan eksternal mengikuti standar akuntansi, digunakan untuk pajak, investor, auditor biasanya per tahun/kuartal. Keunggulan laporan keuangan *inhouse* yaitu data lebih cepat dan real-time, bisa disesuaikan kebutuhan bisnis, membantu deteksi masalah sejak dini, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendukung pengambilan keputusan strategis.

Target penerimaan pajak yang ditetapkan tidak hanya berfungsi sebagai perencanaan fiskal, tetapi juga menjadi indikator keberhasilan kebijakan perpajakan. Namun, fenomena yang

sering terjadi adalah tidak tercapainya target penerimaan pajak secara optimal, meskipun jumlah wajib pajak terus meningkat. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana target penerimaan pajak mampu mendorong kepatuhan wajib pajak secara nyata (Latif et al., 2026). Pajak bertujuan untuk menciptakan keadilan sosial melalui redistribusi pendapatan, memastikan bahwa kekayaan lebih merata didistribusikan antar lapisan masyarakat. Pajak bukan hanya kewajiban, tetapi juga merupakan kontribusi sosial yang penting untuk kemajuan bangsa (Dyah Ayu Nawang Wulan & Imahda Khoiri Furqon, 2024). Peningkatan penerimaan, perbaikan dan perubahan mendasar dalam segala aspek perpajakan menjadi alasan dilakukannya reformasi perpajakan dari waktu ke waktu yang berupa penyempurnaan atau perbaikan kinerja administrasi, baik secara individu, kelompok maupun kelembagaan agar efisien, ekonomi dan cepat, sehingga diharapkan potensi penerimaan pajak yang tersedia berdasarkan keadilan sosial itu dapat dipungut secara optimal dan dapat melayani kepada wajib pajak (Rahima & Rismayati, 2025).



Gambar 3. Materi yang di upload di sosial media linkiden

Gambar diatas menunjukkan bahwa target penerimaan pajak 2026 sebesar Rp2.357,7 Triliun (naik kurang lebih 23% dari tahun 2025). Pajak menjadi instrumen utama menjaga kesinambungan fiskal negara. Arah kebijakan DJP fokus pada kepastian hukum, kualitas data, dan manajemen risiko, dan pendekatan Cooperative Compliance untuk meningkatkan kepastian dan menekan sengketa. Tantangan dan pengawasannya yaitu stagnasi jumlah wajib pajak dan kompleksitas ekonomi digital, dan temuan faktur pajak fiktif dengan potensi kerugian negara hampir Rp180 miliar. Peran strategis akuntan IAI menegaskan akuntan sebagai garda terdepan dalam menjaga tata kelola dan akuntabilitas perpajakan.

Seiring transisi sistem digital perpajakan di Indonesia, sistem pelaporan yang semula menggunakan DJP online beralih berbais Coretax sebagai pusat administrasi perpajakan terpadu. Coretax menyatukan seluruh proses administrasi perpajakan secara digital, yang meningkatkan transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas. Meskipun demikian, perubahan ini juga menuntut para wajib pajak dan konsultan pajak untuk lebih mampu beradaptasi dalam mengelola data dan kepatuhan pajak. Kompleksitas pelaporan SPT semakin bertambah dengan adanya perubahan struktur formulir, keharusan aktivitas akun Coretax, serta tata cara permohonan kode otorisasi DJP. Kenyataan ini menegaskan bahwa adaptasi digital menjadi elemen penting dalam pelaksanaan kewajiban pelaporan pajak (Ardiansyah et al., 2026). Melalui penerapan sistem Coretax, diharapkan prosedur pembayaran pajak oleh wajib pajak semakin mudah sehingga tingkat kepatuhan pajak akan meningkat (Setiawan et al., 2025).



Gambar 4. Materi yang di upload di sosial media Facebook

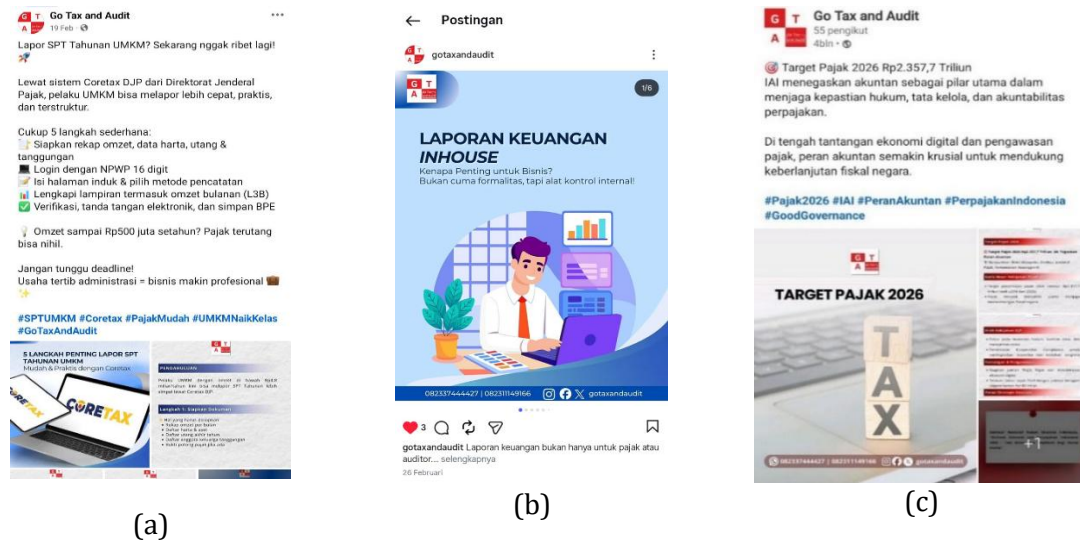
Gambar diatas menunjukkan informasi terkait 5 langkah penting lapor SPT Tahunan UMKM. Isi dalam postingan tersebut menjelaskan tentang pelaku UMKM dengan omzet dibawah RP4,8 miliar/tahun kini bisa melapor SPT Tahunan lebih simpel lewat Cortax DJP. Langkah pertama yang perlu disiapkan yaitu menyiapkan dokumen seperti rekap omzet per bulan, daftar harta dan aset, daftar utang akhir tahun, daftar anggota keluarga tanggungan, dan bukti potong pajak jika ada. Langkah kedua akses cortax dengan login cortax DJP pakai NPWP 16 digit, pilih menu: surat pemberitahuan buat konsep SPT serta tentukan tahun pajak dan model SPT normal. Langkah ketiga mengisi halaman induk dengan isi profil otomatis muncul pilih metode pencatatan, sumber kegiatan usaha, dan nyatakan omzet yang dikenakan pajak final. Langkah keempat isi lampiran update data harta, utang, dan tanggungan, lampiran L3B isi nilai omzet per bulan, dan bila omzet kurang Rp500 juta/tahun, pajak terutang = 0. Langkah kelima verifikasi dan kirim, cek semua data, klik bayar dan lapor, tanda tangan elektronik dengan kode otorisasi dan unduh Bukti Penerimaan Elektronik (BPE).

3.4 Tahap Publikasi

Pada tahap publikasi, konten yang telah selesai didesain terlebih dahulu dikirim ke pada pihak karyawan KAP untuk dilakukan pengecekan dan evaluasi untuk memastikan apakah sudah sesuai serta tidak terjadi kesalahan informasi. Setelah mendapatkan persetujuan, konten tersebut kemudian di upload ke berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Linkiden. Adapun beberapa postingan yang diupload di platform media sosial akun GoTaxandAudit tertera pada gambar 5.

Gambar 5. menunjukkan beberapa contoh postingan melalui media sosial di akun GoTaxandAudit, seperti Facebook, Instagram dan Linkiden. Konten yang berupa poster digital yang berisi informasi tentang laporan keuangan, Target Pajak 2026, dan Lapor SPT Tahunan UMKM dengan menggunakan Coretax. Konten yang dipublikasikan diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan kepada masyarakat mengenai pengelolaan keuangan dan kewajiban perpajakan, sekaligus mendukung peningkatan literasi masyarakat secara luas.

Selama periode pelaksanaan program, akun media sosial Go Tax and Audit berhasil mempublikasikan 50 konten edukatif yang membahas berbagai topik perpajakan dan akuntansi. Seluruh konten yang dipublikasikan memperoleh total 10.234 tayangan (impressions) pada berbagai platform media sosial yang digunakan, dengan akumulasi 456 tanda suka (likes) dari audiens. Capaian tersebut menunjukkan bahwa media sosial mampu dimanfaatkan sebagai sarana diseminasi informasi perpajakan dan akuntansi yang menjangkau masyarakat secara luas serta memperoleh keterlibatan audiens terhadap materi edukasi yang disampaikan.



Gambar 5. Beberapa postingan GoTaxandAudit (a) Facebook (b) Instagram (c) Linkiden

Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi edukasi digital melalui konten visual dan informatif memiliki potensi untuk mendukung peningkatan akses masyarakat terhadap informasi perpajakan dan akuntansi secara lebih efektif dan berkelanjutan.

3.5 Analisis Efektivitas Konten Edukasi

Pemanfaatan media sosial melalui akun Go Tax and Audit menunjukkan bahwa platform digital dapat dimanfaatkan sebagai media diseminasi informasi perpajakan dan akuntansi yang lebih mudah diakses oleh masyarakat. Konten yang dipublikasikan tidak hanya menyajikan informasi mengenai kebijakan perpajakan, tetapi juga mengangkat materi yang bersifat aplikatif, seperti penyusunan laporan keuangan *in-house*, target penerimaan pajak tahun 2026, serta tata cara pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan UMKM melalui sistem Coretax. Karakteristik materi tersebut disusun berdasarkan kebutuhan informasi yang diidentifikasi bersama mitra sehingga lebih relevan dengan permasalahan yang dihadapi masyarakat maupun pelaku usaha.

Penyampaian materi dalam bentuk poster digital yang dipadukan dengan visual sederhana dan bahasa komunikatif memungkinkan informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Pendekatan edukasi berbasis media sosial dinilai mampu meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi perpajakan dan akuntansi karena konten dapat diakses secara fleksibel tanpa dibatasi ruang dan waktu. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Rahima dan Rismayati (2023) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan sarana yang efektif untuk memperluas penyebaran edukasi perpajakan kepada masyarakat melalui penyajian informasi yang lebih menarik dan mudah dipahami. Hasil serupa juga dikemukakan oleh OECD (2023) bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam penyebaran informasi publik mampu meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan dan edukasi perpajakan.

Materi mengenai pelaporan SPT Tahunan UMKM berbasis Coretax memiliki nilai strategis karena sistem administrasi perpajakan di Indonesia sedang mengalami transformasi digital. Perubahan tersebut menuntut masyarakat, khususnya pelaku UMKM, untuk memahami prosedur administrasi perpajakan yang baru agar mampu memenuhi kewajiban perpajakan secara tepat. Penyampaian informasi melalui media sosial diharapkan dapat membantu masyarakat memperoleh pemahaman awal mengenai penggunaan Coretax sehingga proses adaptasi terhadap sistem digital dapat berlangsung lebih mudah. Kondisi tersebut selaras dengan hasil pengabdian Setiawan et al. (2025) yang menunjukkan bahwa edukasi mengenai Coretax berkontribusi dalam meningkatkan kesiapan wajib pajak untuk memanfaatkan layanan administrasi perpajakan berbasis digital.

3.6 Evaluasi Program dan Manfaat Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pemantauan proses publikasi konten, kesesuaian materi dengan kebutuhan mitra, serta respons audiens yang diperoleh melalui platform media sosial. Selama periode pelaksanaan program, seluruh materi edukasi berhasil dipublikasikan sesuai dengan jadwal yang telah disusun bersama mitra. Proses validasi yang dilakukan sebelum publikasi memastikan bahwa informasi yang disampaikan telah sesuai dengan ketentuan perpajakan dan prinsip akuntansi sehingga kualitas materi tetap terjaga.

Bagi mitra, kegiatan ini memberikan manfaat berupa tersedianya media edukasi digital yang dapat digunakan secara berkelanjutan untuk menyampaikan informasi perpajakan dan akuntansi kepada masyarakat. Kehadiran konten edukatif pada akun Go Tax and Audit juga mendukung upaya Kantor Akuntan Publik dalam memperluas jangkauan informasi tanpa harus bergantung sepenuhnya pada kegiatan konsultasi secara tatap muka. Media sosial menjadi sarana komunikasi yang memungkinkan penyampaian informasi berlangsung secara lebih cepat, efisien, dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Bagi masyarakat sebagai sasaran program, konten yang dipublikasikan memberikan alternatif sumber informasi mengenai perpajakan dan akuntansi yang mudah diakses kapan saja. Materi yang disampaikan secara ringkas dan visual membantu masyarakat memperoleh pemahaman awal mengenai pentingnya pencatatan keuangan, pelaporan SPT Tahunan UMKM, serta perkembangan kebijakan perpajakan. Meskipun kegiatan ini belum mengukur peningkatan literasi masyarakat melalui instrumen kuantitatif, pelaksanaan program menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi sebagai media edukasi yang mendukung peningkatan akses informasi perpajakan dan akuntansi secara berkelanjutan.

Hasil kegiatan tersebut menunjukkan bahwa tujuan pengabdian kepada masyarakat telah tercapai, yaitu mendukung Kantor Akuntan Publik dalam mengembangkan media edukasi digital sekaligus memperluas diseminasi informasi perpajakan dan akuntansi kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial tidak hanya meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, tetapi juga memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan mitra dalam memberikan edukasi publik yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Temuan ini sejalan dengan DataReportal (2024) yang menunjukkan bahwa tingginya penetrasi penggunaan media sosial di Indonesia memberikan peluang yang besar bagi institusi untuk mengembangkan strategi edukasi digital yang lebih efektif.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui pengelolaan akun media sosial Go Tax and Audit berhasil mendukung Kantor Akuntan Publik (KAP) di Kabupaten Sidoarjo dalam memperluas diseminasi informasi perpajakan dan akuntansi kepada masyarakat. Pelaksanaan program melalui tahapan identifikasi kebutuhan, penyusunan konten edukatif, validasi materi, dan publikasi pada berbagai platform media sosial menunjukkan bahwa media digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi yang efektif untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan fleksibel.

Program ini memberikan manfaat bagi mitra berupa tersedianya media edukasi digital yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk menyampaikan informasi perpajakan dan akuntansi kepada masyarakat. Bagi masyarakat, kegiatan ini memperluas akses terhadap informasi yang kredibel mengenai perpajakan dan akuntansi sehingga dapat menjadi sumber pembelajaran awal dalam memahami kewajiban perpajakan, penyusunan laporan keuangan, serta perkembangan sistem administrasi perpajakan berbasis digital. Hasil evaluasi pelaksanaan program juga menunjukkan bahwa proses publikasi konten berlangsung sesuai dengan perencanaan serta memperoleh respons yang positif sebagai bentuk keterlibatan audiens terhadap informasi yang disampaikan.

Pemanfaatan media sosial sebagai media edukasi memberikan kontribusi dalam mendukung transformasi digital penyebaran informasi perpajakan dan akuntansi. Karakteristik media sosial yang mudah diakses, interaktif, dan memiliki jangkauan yang luas menjadikan

platform digital sebagai alternatif yang efektif dalam memperkuat literasi perpajakan masyarakat sekaligus memperluas jangkauan layanan edukasi yang diberikan oleh Kantor Akuntan Publik.

Pengembangan program pada masa mendatang perlu diarahkan pada penyusunan konten edukatif yang lebih beragam, seperti video singkat, infografis interaktif, *live webinar*, maupun sesi tanya jawab secara daring untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Evaluasi program juga perlu dilengkapi dengan pengukuran yang lebih komprehensif melalui indikator kuantitatif, seperti *reach*, *impressions*, *engagement rate*, jumlah interaksi audiens, serta survei tingkat pemahaman masyarakat sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Pendampingan digital yang dilakukan secara berkelanjutan diharapkan mampu memperkuat literasi perpajakan dan akuntansi masyarakat serta meningkatkan efektivitas penyebaran informasi melalui media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Universitas Trunojoyo Madura, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, atas kesempatan dan fasilitas yang telah diberikan sehingga kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Kantor Akuntan Publik yang telah memberikan kepercayaan kepada mahasiswa untuk mengikuti kegiatan PKL sekaligus memperoleh pengalaman dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan. Selain itu, apresiasi yang sebesar-besarnya penulis tujukan kepada pimpinan KAP, seluruh staf dan karyawan KAP, serta teman-teman PKL yang telah memberikan bimbingan, bantuan, serta dukungan selama proses pelaksanaan PKL berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, D. D., Alfandia, N. S., & Alfandia, N. S. (2025). Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram dan Blog dalam Peningkatan Literasi Penelitian pada Mahasiswa Program Studi Perpajakan. *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 6(1), 68–80. <https://doi.org/10.51673/jaltn.v6i1.2447>
- Antoni, S., Karim, M., Patria, N., & Oktarina, K. (2025). *Sosialisasi Literasi Pajak Penghasilan Pada Generasi Milenial Dikota Sungai Penuh*. 4(4), 240–244.
- Ardiansyah, M. P., Utomo, R. B., Mercu, U., & Yogyakarta, B. (2026). Pendampingan spt tahunan orang pribadi pelaku umkm di kpp wates hingga penerbitan bukti penerimaan elektronik. *Pengabdian Kolaborasidan Inovasi IPTEKS*, 4(2), 260–271.
- Chandra Ayu Pramestidewi, Yoyok Priyo Hutomo, Rachmat Gunawan, Fitri Nurbaeti, Giva Istilah Mitra, Pera Pujiawati Seftia, Amelia Fitriani, & Siti Edeniah. (2025). Peningkatan Literasi Pajak UMKM Melalui Edukasi Instrumen Perpajakan di Desa Sumur Batu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(3), 386–394. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v4i3.6002>
- Darmian L, N. (2026). Optimalisasi Edukasi Perpajakan Melalui Konten Digital Sebagai Upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Yogyakarta). *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi*, 1(1), 75–82.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2024). *Coretax administration system*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.pajak.go.id>
- Dyah Ayu Nawang Wulan, & Imahda Khoiri Furqon. (2024). Membangun Kesadaran Generasi Z Akan Pentingnya Pajak Di Era Digital. *Jurnal Pajak Dan Akuntansi*, (28).
- Idah Nufajriya Awwalin. (2025). Analisis Respon Publik Melalui Sosial Media Facebook terhadap Wacana Kenaikan Pajak Pasca Pilpres 2024 pada Media Pemberitaan. *Jurnal Rumpun Akuntansi Publik*, 1(1), 1–8.
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

- Latif, A. S., Darma, S. S., Septanta, R., & Arslan, R. (2026). Pengaruh Target Penerimaan Pajak, Realisasi Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(1), 350–357. <https://doi.org/10.37481/sjr.v9i1.1351>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *OECD/INFE international survey of adult financial literacy*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/56003a32-en>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *Tax administration 2023: Comparative information on OECD and other advanced and emerging economies*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/1e797131-en>
- Puspa, E. S., Suyono, W. P., & Anugrah, S. (2025). Edukasi Pajak Final Dan Pencatatan Digital Bagi Umkm E-Commerce. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(5), 5803–5808. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i5.51645>
- Putri, A. S., Indy, L. A., Pamulang, U., No, J. S., Bar, P., & Selatan, K. T. (2026). Penguatan Literasi Perpajakan Masyarakat dalam Optimalisasi Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Mendukung. 4(4), 27174–27178.
- Rahima, P., & Rismayati, R. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi Perpajakan Secara Digital (KP2KP Gerung Lombok Barat). *Bakti Sekawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 6–11.
- Setiawan, R. Y., Ghina, A. D., Muhammad, D. S., Mentari, T., & Cahyani, L. (2025). Edukasi dan Pendampingan Penggunaan CoreTax: Menuju Kepatuhan Pajak Yang Berkelanjutan. 6(4), 2270–2278.
- Triansyah, I., & Putra, R. R. (2025). Pengaruh Literasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Literasi Digital Sebagai Pemoderasi. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 6784–6797. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i4.8256>
- Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., Putri, K., & Sosial, M. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan The Role Of Social Media As A Digital. *Indonesian Jurnal of Digital Public Relations*, 3(1), 26–39.