

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, DAN YOUTUBE TERHADAP KINERJA PEGAWAI GENERASI Y DAN Z DI KANTOR PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA SURABAYA SUKOMANUNGGAL

Yusak Biantoko¹, Sundjoto², Sri Rahayu³, Pompong B Setiadi⁴

yosuabt@gmail.com, sundjoto@stiemahardhika.ac.id,
srirahayu@stiemahardhika.ac.id, pompong@stiemahardhika.ac.id

^{1, 2, 3, 4} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Media sosial Instagram dan Youtube terhadap kinerja pegawai generasi Y dan Z di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Surabaya Sukomanunggal. Responden penelitian ini pegawai KPP Pratama Surabaya Sukomanunggal generasi Y dan Z sebanyak 66 responden. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan Media Sosial Instagram, dan Youtube pada pegawai generasi Y dan Z KPP Pratama Sukomanunggal tidak berpengaruh terhadap kinerja pegawai generasi Y dan Z. Hal ini dikarenakan penggunaan media sosial instagram dan youtube masih dalam tahap wajar dan tidak digunakan dalam waktu yang lama

Kata Kunci: *Media Sosial Intagram, Youtube, Kinerja Pegawai Pajak, Generasi Y dan Z*

PENDAHULUAN

Kinerja adalah ukuran seberapa baik pegawai mengerjakan pekerjaan mereka. Kinerja diukur dengan satuan nilai standar pada satu periode tertentu. Kinerja menunjukkan pencapaian dari suatu pelaksanaan pekerjaan, kualitas penyelesaian masalah pada suatu waktu periode tertentu, dan kerjasama dalam pekerjaan (Novialumi, 2019).

Direktorat Jenderal Pajak memiliki tugas yang sangat strategis yaitu sebagai organisasi pemerintah yang diberikan wewenang untuk melaksanakan sistem administrasi perpajakan dengan tujuan utama adalah untuk mengumpulkan penerimaan negara dari sektor pajak (Alanda Fitrah et al., 2021). Dengan tugas yang tidak mudah ini maka DJP harus dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan informasi yang sangat cepat. Proses penggunaan teknologi informasi pada DJP yang sudah diimplementasikan pada unit vertikal dari pusat sampai daerah memang sangat mendesak untuk dilakukan karena beban tanggung jawab yang semakin besar. Selain itu tantangan DJP dalam melaksanakan tugasnya semakin tidak mudah sehingga memerlukan dukungan teknologi yang canggih untuk mempermudah pencapaian target penerimaan.

Berdasarkan laporan tahunan tahun 2021 DJP memiliki 45.382 pegawai yang tersebar di seluruh Indonesia. Dari pegawai sebanyak itu jumlah pegawai DJP didominasi oleh generasi Y dan Z sebanyak 31.020 pegawai atau sebesar 68.35%. Generasi Y adalah mereka yang dilahirkan pada rentang tahun 1981-1995. Sedangkan generasi Z adalah generasi yang dilahirkan pada tahun 1996-2010.

Generasi Y dan Z memiliki ciri yang sangat berbeda apabila dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi ini sangat konsen dengan teknologi teknologi baru. Hal ini wajar karena pada masa generasi Y dan Z teknologi informasi berkembang sangat pesat. Berbagai macam aplikasi bermunculan yang dapat membantu memudahkan melakukan semua aktivitasnya, termasuk dalam pekerjaan.

Saat ini sedang trend bentuk media sosial salah satunya adalah Instagram. Media sosial merupakan aplikasi yang digunakan orang untuk menciptakan atau memelihara jaringan sosial dimana pengguna dapat dengan mudah terlibat dalam percakapan online secara terbuka (Ahmad & Nurhidaya, 2020). Instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Melalui Instagram pengguna dapat berbagi foto dan video (Wikipedia). Aplikasi Instagram memiliki fasilitas filter digital yang dapat ditambahkan pada foto ataupun video yang akan dibagikan melalui jaringan internet. Terdapat fitur yang menarik dalam Instagram yaitu pemotong foto menjadi sebuah persegi, sehingga seolah dapat terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic Polaroid sehingga foto menjadi lebih baik, artistik, indah, menarik dan bagus. Hal ini merupakan pembeda instagram dengan media sosial lainnya (Martha, 2021).

Instagram bukan semata mata hiburan untuk berbagi foto dan video namun sangat bermanfaat untuk menyebarkan informasi secara cepat. Salah satu yang dimanfaatkan adalah fitur reel yang dapat membuat video pendek tentang apapun. Keunggulan ini selaras dengan sifat dan keinginan generasi milenial yang sangat tertarik dengan eksistensi dan aktualisasi diri (Maureen & Stellarosa, 2021).

Berbeda dengan Instagram, YouTube adalah sebuah situs web untuk berbagi video. Youtube dapat diakses melalui alamat www.youtube.com. Youtube memberi fasilitas pengguna untuk mengunggah video, menonton video, dan saling berbagi video. Youtube menampilkan berbagai jenis konten video yang dibuat oleh pengguna atau biasa disebut kreator. Jenis jenis video yang dihasilkan antara lain video klip film, video klip TV, video musik dan video jenis lainnya. Jenis jenis video yang wajar ditemui dan dapat dinikmati oleh khalayak umum antara lain Tutorial, Vlog, Video Pendek, Trailer Film, Musik, Film Pendek, Pendidikan, Animasi, Hiburan, Berita, TV, dan informasi menarik lainnya (Rohman et al., 2023).

Saat ini perkembangan teknologi smartphone semakin pesat hal ini menyebabkan kontributor YouTube semakin bertambah. Instansi pemerintah ataupun swasta menggunakan Youtube untuk memperkenalkan instansinya. Bagi instansi pemerintah Youtube sangat bermanfaat untuk menyebarkan *company profile* atau identitas instansi tersebut (Yoga Saputra et al., 2019). Dengan cara ini maka masyarakat dapat lebih memahami instansi tersebut. Selain itu Youtube digunakan juga untuk melakukan promosi sebuah produk, testimoni sebuah produk atau layanan jasa. Tidak jarang Youtube digunakan untuk memberikan tutorial penggunaan aplikasi atau alat yang baru kepada konsumen.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram dan Youtube terhadap Kinerja Pegawai Generasi Y dan Z di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Sukomanunggal.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel dependen yang diukur adalah Kinerja Pegawai Generasi Y dan Z. Sedangkan variabel independen adalah media sosial Instagram (X1) dan YouTube (X2). Penelitian ini dilakukan di KPP Pratama Surabaya Sukomanunggal di Jl. Bukit Darmo Golf nomor 01 Putat Gede Sukomanunggal Kota Surabaya.

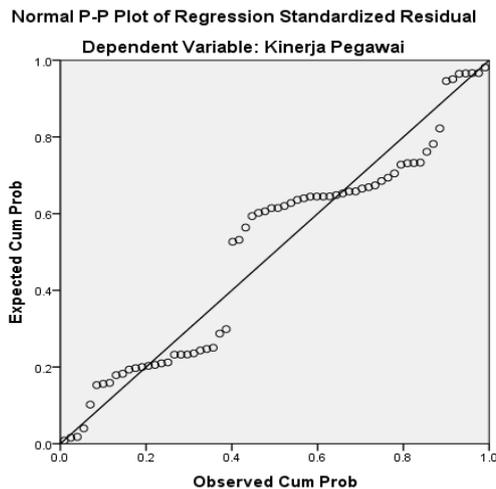
Dari 74 orang generasi X dan Z sebagai populasi, penelitian ini peneliti menggunakan 66 pegawai pajak generasi X dan Z sebagai sampel. Adapun teknik pengambilan data diperoleh melalui angket dan Kuesioner. Angket digunakan untuk mengetahui penggunaan Instagram dan Youtube dalam hal: 1) frekuensi dan durasi penggunaan, 2) Tujuan mengakses, 3) Perasaan responden setelah mengakses 4) Konten yang sering diakses

PEMBAHASAN

Hasil Uji SPSS

a. Uji Normalitas

Dari hasil output SPSS didapatkan hasil bahwa titik titik data pada gambar 1. menyebar disekitar garis diagonal, hal ini berarti data terdistribusi secara normal.



Gambar 1 Tabel P-Plot

b. Uji multikolinearitas

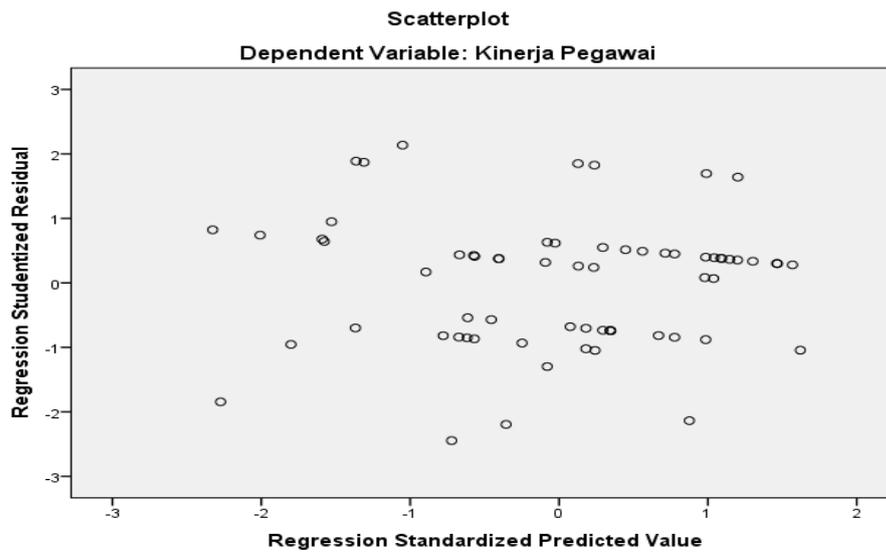
Uji multikolinearitas mengukur seberapa besar tingkat korelasi antar variabel independen. Jika $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* < 0.10 berarti terjadi multikolinearitas dan 2. Jika $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* > 0.10 maka berarti tidak terjadi multikolinearitas. Dari hasil uji multikolinearitas didapatkan nilai *tolerance* variabel Media Sosial instagram dan Youtube lebih besar dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antara variable independen. Yang diperkuat juga dengan hasil perhitungan VIF menunjukkan lebih dari 10,00.

Tabel 1. Tabel Uji multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Media Sosial Instagram	.995	1.005
Youtube	.995	1.005

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 2. di bawah ini menunjukkan titik-titik menyebar atau tidak membentuk pola. Dari hasil tersebut dapat diartikan tidak terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Gambar 2. Grafik Scatterplot

d. Uji Regresi Berganda

Hasil regresi ini bertujuan untuk membuat keputusan peramalan kontribusi variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Persamaan regresi linier ditunjukkan dalam tabel 2. berikut.

Tabel 2. Tabel Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	16.011	2.327		6.881	.000
	Media Sosial Instagram	.108	.065	.204	1.653	.103
	Youtube	-.035	.067	-.065	-.527	.600

Dependent Variable: Kinerja Pegawai

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

$$Y = 16.011 + 0,108.X_1 + 0,035.X_2 + 2.327$$

Keterangan:

- Y = Kinerja Pegawai
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X1 = Instagram
- X2 = Youtube
- e = Standart Error

e. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan kemampuan sebuah model untuk menjelaskan variasi variabel independen secara konsisten. Dari penelitian ini dapat disajikan uji koefisien determenasi tabel 3. Nilai *adjustedrsquare* sebesar 0.044 atau 4,4% menjelaskan bahwa penggunaan Media sosial Instagram, dan Youtube memberikan variasi variabel terhadap kinerja generasi Y dan Z di KPP Surabaya Sukomanunggal sebesar 04,4% sehingga sisanya sebesar 95,6% dipengaruhi oleh variabel yang lain di luar variabel penelitian.

Tabel 3 Tabel Uji R

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.210 ^a	.044	.014	3.178

a. Predictors: (Constant), Youtube, Media Sosial Instagram
 b. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

- f. Pengujian Hipotesis Uji Parsial (uji t)
 Berdasarkan tabel 2. nilai t hitung < t tabel media sosial instagram yaitu $1.653 < 1.998$ dengan nilai signifikan diperoleh adalah $0,103 > 0,05$, dan kofisien regresi mempunyai nilai sebesar $0,108$. Hal ini berarti media Sosial Instagram tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai generasi Y dan Z di KPP Pratama Surabaya Sukomanunggal. Demikian juga variabel Youtube diketahui bahwa t hitung < t tabel yaitu $0,527 < 1.998$ dengan nilai signifikan diperoleh adalah $0,60 > 0,05$ dan kofisien regresi mempunyai nilai sebesar $0,35$. Hasil tersebut mengandung arti penggunaan Youtube tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawaiii generasi Y dan Z di KPP Pratama Surabaya Sukomanunggal.
- g. Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)
 Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel bebas memiliki pengaruh secara serentak terhadap variabel terikat. Hasil uji F ditunjukkan dalam tabel 4 diketahui F hitung $1.451 < f$ tabel 3.14 maka dapat diartikan Media Sosial Instagram dan Youtube tidak berpengaruh secara simultan terhadap kinerja pegawai generasi Y dan Z di KPP Pratama Surabaya Sukomanungga

Tabel 4. Tabel Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.313	2	14.656	1.451	.242 ^b
	Residual	636.142	63	10.097		
	Total	665.455	65			

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai
 b. Predictors: (Constant), Youtube, Media Sosial Instagram

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian adalah media sosial Instagram dan Youtube tidak berpengaruh terhadap Kinerja Pegawai Generasi Y dan Z di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukomanunggal, baik secara parsial maupun secara serentak. Hal tersebut dikarenakan Pegawai Pajak Generasi X dan Z di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukomanunggal: 1)mengakses media sosial Instagram dan Youtube tidak lebih dari 60 menit dalam 1 hari. 2)Instagram dan Youtube digunakan untuk: mencari data wajib pajak, mencari tutorial, mencari inspirasi/ ide baru, memberikan semangat /gembira/ senang dari tekanan dan rasa jenuh.

SARAN PENGEMBANGAN PENELITIAN LANJUT (FUTURE RISET)

Untuk mengetahui peran Instagram dan Youtube terhadap kinerja Pegawai Kantor Palayanan Pajak, perlu pengembangan Instrumen penelitian lebih beragam, bukan hanya berupa angket atau kuisioner. Disamping itu perlu dibandingkan peran Instagram dan Youtube terhadap kinerja Pegawai dari berbagai instansi agar pimpinan dapat memberikan kebijakan tepat menyikapi penggunaan Instagram dan Youtube pada jam kantor.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, A., & Nurhidaya. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *AVANT GARDE Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 134–148.
<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/view/1158>
- Alanda Fitrah, F., Takariawan, A., & Muttaqin, Z. (2021). KEDUDUKAN PENYIDIK PEGAWAI NEGERI SIPIL DIREKTORAT JENDERAL PAJAK DALAM KERANGKA PENEGAKAN HUKUM PIDANA PERPAJAKAN DI INDONESIA. *SIGn Jurnal Hukum*, 3(1), 1–25.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=KEDUDUKAN+PENYIDIK+PEGAWAI+NEGERI+SIPIL++DIREKTORAT+JENDERAL+PAJAK+DALAM+KERANGKA++PENEKAKAN+HUKUM+PIDANA+PERPAJAKAN+DI+INDONESIA&btnG=
- Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26–32. <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/67>
- Maureen, C., & Stellarosa, Y. (2021). Instagram sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milenial Jakarta. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 27–34. <http://wartaiski.or.id/index.php/WartaSKI/article/view/73>
- Novialumi, A. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 10(1), 43–51.
<https://www.ejournal.umpri.ac.id/index.php/JIEM/article/view/1248/682>
- Rohman, T., Malia, E., & Baihaki, Ach. (2023). ANALISIS POTENSI PENERIMAAN PAJAK PENGHASILAN ATAS KONTEN YOUTUBE. *Jurnal PETA*, 8(1), 115–135.
<https://journal.stieken.ac.id/index.php/peta/article/view/642>
- Yoga Saputra, P., Hanifudin Subhi, D., & Zain Afif Winatama, Z. (2019). IMPLEMENTASI SENTIMEN ANALISIS KOMENTAR CHANNEL VIDEO PELAYANAN PEMERINTAH DI YOUTUBE MENGGUNAKAN ALGORITMA NAÏVE BAYES. *Jurnal Informatika Polinema*, 5(3), 209–213. <http://jip.polinema.ac.id/ojs3/index.php/jip/article/view/259>