

## SELEBGRAM DIKENAKAN PAJAK?

Indah Novitasari<sup>1</sup>

### Abstract

*Indonesian State Revenues need to increase from year to year. Efforts in increasing the Indonesian State Revenues can be made by boosting tax revenues. A new and current phenomenon occurs in the world of taxation because of the emergence of a special expertise in promoting an item or service through Instagram social media, known as Selebgram (Celebrity Instagram). Selebgram receives monetary rewards for its services in promoting an item or service, and users of this Selebgram service are generally Online Shop owners who want their products to be known then their sales are expected to increase after being promoted by the Selebgram. The money received by this program if accumulated within one month, for example, can fulfill the category as income. With this fact, but Indonesia has not been able to accommodate the basis for the imposition of the Selebgram income tax, the procedure for reporting income, how income categories can be taxed, and other confusing matters and have not found a solution. The Directorate General of Tax for the time being only relies on a system they call the Social Network Analytic System but is still opaque in its implementation and supervision. This clearly shows the absence of legal norms, the absence of legal certainty in regulating the procedures for collecting income tax for Selebgram. The writing of this scientific article uses the method of normative legal research with the method of law approach, historical approach and comparative approach. The problem in this scientific article has the objective to find out how to arrange income tax collection for celebrities.*

*Keywords: instagram: instagram celebrities: income tax*

### Abstrak

Pendapatan Negara Indonesia dari tahun ke tahun perlu mengalami peningkatan. Upaya dalam melakukan peningkatan Pendapatan Negara Indonesia dapat dilakukan dengan mendongkrak penerimaan pajak. Sebuah fenomena baru dan kekinian terjadi dalam dunia perpajakan karena munculnya suatu keahlian khusus dalam mempromosikan suatu barang atau jasa melalui media sosial Instagram yang dikenal dengan sebutan Selebgram (Selebriti Instagram). Selebgram menerima imbalan berupa uang atas jasanya dalam mempromosikan suatu barang atau jasa, dan pengguna dari jasa Selebgram ini umumnya adalah pemilik Toko *Online (Online Shop)* yang ingin produknya dikenal kemudian penjualannya diharapkan mengalami peningkatan setelah dipromosikan oleh Selebgram tersebut. Uang yang diterima oleh Selebgram ini apabila diakumulasikan dalam jangka waktu satu bulan misalnya, dapat memenuhi kategori sebagai penghasilan. Dengan fakta demikian, tetapi Indonesia belum mampu mengakomodir tentang dasar pengenaan pajak penghasilan Selebgram, tata cara melaporkan penghasilannya, kategori penghasilan yang bagaimana dapat dikenakan pajak, dan hal-hal membingungkan lainnya dan belum mendapatkan solusi. Direktorat Jendral Pajak untuk sementara waktu hanya mengandalkan suatu sistem yang mereka sebut dengan *Social Network Analytics System* tetapi masih buram pelaksanaan dan pengawasannya. Hal ini jelas menunjukkan adanya kekosongan norma hukum, tidak adanya kepastian hukum dalam mengatur tata cara pemungutan pajak penghasilan bagi Selebgram. Penulisan artikel ilmiah ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan metode pendekatan undang-undang, pendekatan historis dan pendekatan komparatif. Permasalahan dalam artikel ilmiah ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaturan pemungutan pajak penghasilan bagi Selebgram.

Kata kunci: instagram; selebriti instagram; pajak penghasilan

### A. Pendahuluan

#### 1. Latar Belakang

Negara Republik Indonesia merupakan negara hukum yang berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Hukum hanya akan eksis dalam masyarakat dan tiada masyarakat tanpa ada hukum yang mengatur antara mereka.<sup>2</sup> Dalam menyelenggarakan pemerintahan, negara mempunyai kewajiban untuk memajukan kesejahteraan umum sebagaimana tujuan negara yang tercantum dalam alinea

---

<sup>1</sup> CV. Mekar Jaya Makmur, Jl. Tanjung Batu No. 21P Surabaya | indahfhuntag077@gmail.com.

<sup>2</sup> Tomy Michael, 'Korelasi Komunisme Dalam Demokrasi Di Indonesia', *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 1.1 (2016), 15 <<https://doi.org/10.24246/jrh.2016.v1.i1.p15-28>>.

ke-4 Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.<sup>3</sup> Demi mewujudkan tujuan negara tersebut maka diperlukan pendapatan negara terutama melalui sektor pajak untuk membiayai kebutuhan belanja negara. Hukum berfungsi sebagai perlindungan kepentingan manusia. Agar kepentingan manusia terlindungi, hukum harus dilaksanakan. Pelaksanaan hukum dapat berlangsung secara normal, damai tetapi dapat terjadi juga karena pelanggaran hukum. Dasar hukum pemungutan pajak diatur dalam Pasal 23A Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang dengan jelas ditentukan bahwa pajak dan pungutan lainnya sifatnya memaksa untuk kebutuhan Negara dan diatur dalam Undang-Undang, sedangkan pengertian pajak menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 yang pada intinya menjelaskan bahwa pajak merupakan kewajiban terutang pribadi atau badan kepada Negara yang sifatnya memaksa, tidak mendapatkan timbal balik secara langsung, digunakan oleh Negara untuk kemakmuran rakyat yang telah diatur berdasarkan undang-undang. Dalam pemberlakuan Undang-Undang Perpajakan peneliti menemukan adanya celah di sisi pengaturan perpajakan yang layak diperhatikan sebab hal ini berkaitan dengan perkembangann teknologi informasi.

Fenomena perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat membuat meningkatnya penggunaan internet secara mendunia terutama Indonesia. Indonesia tergolong kategori Negara dengan jumlah pengakses internet sebanyak 4.388 milyar berdasarkan data yang bersumber dari Laporan Digital Indonesia per Januari tahun 2019 yang dikeluarkan oleh *We Are Social* dan bekerjasama dengan *Hootsuite*.<sup>4</sup> Laporan ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial aktif di Indonesia sebanyak 150 juta pengguna (naik 13% atau sekitar 17 dari tahun 2018) dengan persentase *platforms* media sosial yang paling aktif yakni youtube sebanyak 88%, whatsapp sebanyak 83%, facebook sebanyak 81% dan instagram sebanyak 80%.<sup>5</sup> Survei yang dilakukan oleh IPSOS atas sampel representatif (berdasar usia dan jenis kelamin) dengan komposisi 3.012 pengguna Instagram (*Instagrammer*) usia >13 tahun di Indonesia, 502 pengguna profil bisnis Instagram dari usaha kecil dan menengah (< 250 karyawan) menunjukkan hasil bahwa Instagram ialah salah satu medium bisnis populer digunakan di Indonesia dengan persentase 87% UKM Indonesia yang disurvei setuju bahwa penjualan mereka meningkat berkat Instagram, 82% pengusaha muda (dibawah 35 tahun) setuju bahwa Instagram mendongkrak pencapaian target.<sup>6</sup>

Meningkatnya penggunaan Instagram untuk profil bisnis membuat adanya kemunculan sebuah profesi baru yang disebut dengan Selebriti Instagram (selebgram). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan profesi adalah bidang pekerjaan yang dilandasi pendidikan keahlian (keterampilan, kejujuran, dan sebagainya) tertentu.<sup>7</sup>

Profesi selebgram bagi para pengusaha yang memiliki toko *online* di Instagram merupakan salahsatu faktor yang mendasari keberhasilan pemasaran produk/jasanya. Sebelum adanya kemunculan selebgram, para pemilik toko *online* di instagram telah mulai

<sup>3</sup> Tomy Michael and Kristoforus Laga Kleden, 'Pemenuhan Hak Perkawinan Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender (Lgbt) Menurut Prinsip-Prinsip Yogyakarta 2007 Di Provinsi Jawa Timur', *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1.1 (2018), 121-35.

<sup>4</sup> We Are Social, 'Digital 2019: Indonesia', *Global Digital Insights*, 2019, 33 <<https://doi.org/https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>>.

<sup>5</sup> We Are Social.

<sup>6</sup> IPSOS, 'Dampak Instagram Pada Usaha Di Indonesia', 2018, 1-2.

<sup>7</sup> 'Profesi @ Kbbi.Web.Id'.

mempromosikan produk/jasanya melalui akun instagram lain dengan jumlah pengikut yang lebih banyak dari miliknya. Pada tahun 2016, misalnya PT. Infia Media Pratama dengan nama akun instagram @Dagelan menempati posisi pertama, selanjutnya akun instagram @raisa6690, @riaricis1795, @ayutingting92, @raffinagita1717 sebagai Top Endorser di media sosial untuk Instagram di Indonesia.<sup>8</sup> Kemunculan selebgram menjadi warna baru dalam dunia bisnis sebab seorang selebgram merupakan tokoh atau seseorang yang dapat mempromosikan suatu produk/jasa dengan gaya promosi yang mudah memasuki segmen pasar *online*, selebgram mempunyai akun instagram dengan jumlah pengikut yang banyak, dan memiliki kemampuan fotografi yang dapat menarik calon pembeli untuk mencari informasi lebih dalam tentang akun bisnis yang dipromosikan oleh selebgram tersebut. Selebgram menjadi profesi yang banyak diminati sebab pekerjaan ini tidak terikat jam kerja dan kelembagaan.

Profesi selebgram dinilai sangat menjanjikan, sebab bisa memberikan penghasilan jutaan rupiah. Misalnya saja, selebgram bernama Hamidah Rachmayanti dengan akun instagram @HamidahRachmayanti yang mempunyai total satu juta pengikut (*followers*), untuk satu kali mengunggah foto berwaktu (*insta story*) dengan durasi hanya 1 x 24 jam penayangan foto produk toko *online* yang menggunakan jasanya maka selebgram ini menentukan tarif *paid promote* senilai Rp 1.000.000 (Satu Juta Rupiah) untuk satu toko online dan berdurasi 24 jam saja. Dikutip dari Kumparan.com<sup>9</sup> disebutkan bahwa batas maksimal ialah 100 foto yang dapat diunggah pada menu foto berwaktu (*insta story*) dalam waktu 24 jam, artinya pemilik instagram dapat dengan bebas mengunggah foto berapapun selama 24 jam asalkan tidak melampaui batas maksimal. Selebgram pemilik akun @HamidahRachmayanti membuat ketentuan dalam memberikan jasanya yakni hanya menerima tiga toko online saja dalam waktu 24 jam. Berdasarkan gambaran umum ini dapat disimpulkan bahwa dalam satu hari selebgram ini sudah mempunyai penghasilan Rp 3.000.000 (Tiga Juta Rupiah) dari hasil *paid promote* tiga toko online saja, dalam satu minggu ia mampu megantongi nominal senilai Rp 21.000.000 (Dua Puluh Satu Juta), tentunya akan menunjukkan nominal yang fantastis dalam kurun waktu satu tahun.

Ilustrasi lain yang dapat peneliti kemukakan ialah selebgram yang bernama Karin Novilda dengan total pengikut sebanyak 4,7 juta pada akun Instagram @Awkarin untuk satu kali mengunggah foto berwaktu (*insta story*) dengan durasi hanya 1 x 24 jam penayangan foto produk toko *online* yang menggunakan jasanya maka selebgram ini menentukan tarif *paid promote* sebesar Rp 4.000.000 (Empat Juta Rupiah) untuk satu toko online dan berdurasi 24 jam saja. Apabila dalam satu hari @Awkarin menerima tiga toko online maka penghasilan yang didapatkan senilai Rp 12.000.000 (Dua Belas Juta Rupiah) maka dalam satu minggu dapat disimpulkan total penghasilannya senilai Rp 84.000.000 (Delapan Puluh Empat Juta Rupiah).

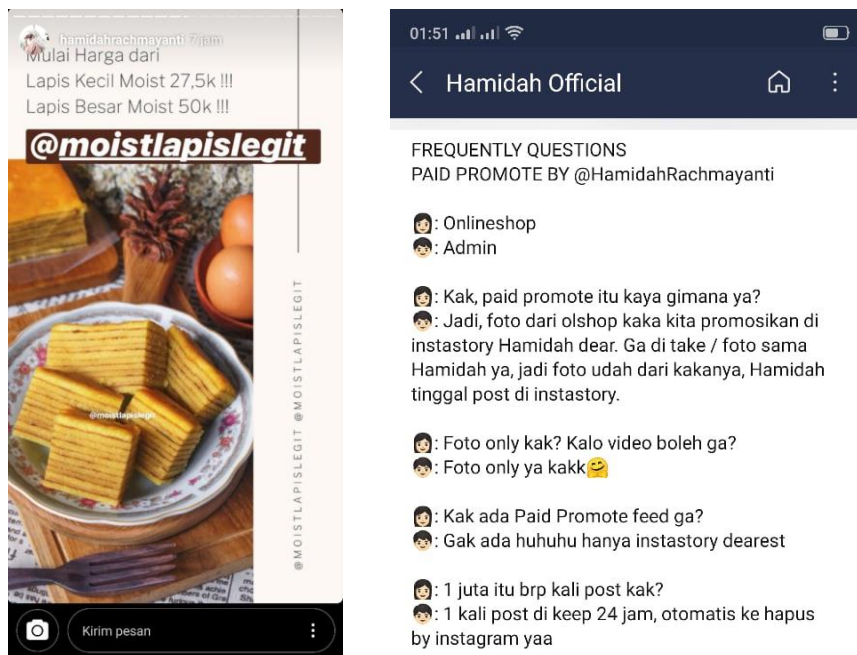
Pendapatan selebgram pada umumnya berasal dari dua sumber yakni *paid endorsemet* (PE), *paid promote* (PP) atas suatu produk / jasa. *Paid Endorsement* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemilik toko *online* (*online shop*) dengan memberikan beberapa produk kepada selebgram dengan tujuan agar produk tersebut dapat digunakan lalu kemudian

---

<sup>8</sup> '29406882807f4d96d0b0c5e99111fbc3577658ff @ Blog.Jakpat.Net'.

<sup>9</sup> 'Berapa-Batas-Maksimal-Posting-Klip-Instagram-Stories-Dalam-24-Jam @ Kumparan.Com'.

dipromosikan di akun instagramnya dengan menyebutkan nama toko *online* yang memberikan produk tersebut, toko *online* tidak harus mengeluarkan uang sebagai timbal balik atas jasa yang diberikan selebgram, hal ini tergantung dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh selebgram, apakah berbayar atau gratis karena telah menerima suatu produk dari *online* shop terkait. *Paid Promote* (PP) adalah kegiatan mengunggah foto atau video produk yang telah diberikan oleh toko *online* pada akun selebgram tersebut dengan menyebutkan nama atau akun instagram toko *online* yang dimaksud, kegiatan ini mengharuskan toko *online* untuk mengeluarkan sejumlah uang sesuai dengan tarif yang diberikan oleh selebgram tersebut.<sup>10</sup> Dalam hal ini peneliti memfokuskan pada sistem *paid promote* (PP) untuk dapat dipaparkan melalui metode penelitian guna menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.



Gambar 1.

Sumber: <https://www.instagram.com/hamidahrachmayanti/>

Pendapatan yang diperoleh seorang selebgram dari kegiatan *paidpromote* inilah yang menjadi perhatian Direktorat Jenderal Pajak sebab penghasilan dari selebgram ini berpotensi sebagai salah satu sumber pendapatan Negara yang disalurkan melalui adanya pemungutan pajak. Kejujuran seorang selebgram untuk melaporkan penghasilan yang ia dapatkan dalam satu tahun berjalan ini perlu menjadi pengawasan khusus bagi Direktorat Jenderal Pajak (selanjutnya disebut DJP), oleh karena itu Pemerintah harus jelas menentukan selebgram dengan kategori apa yang dapat dikatakan sebagai selebgram, bagaimana bentuk pengawasannya, bagaimana pengaturan sanksinya apabila selebgram tidak melaporkan SPT tahunan, dan bagaimana dapat memprediksikan perkembangan selebgram dalam beberapa tahun mendatang. Melihat upaya otoritas pajak di Singapura (IRAS), Negara ini telah mengeluarkan aturan khusus untuk selebgram dan pengusaha yang menggunakan jasa selebgram sedangkan upaya yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak dan Kementerian Keuangan Negara Republik Indonesia (selanjutnya disebut Kemenkeu) terkait pengaturan pajak penghasilan bagi selebgram ini belum menunjukkan sebuah pengaturan yang

<sup>10</sup> 'Serba-Serbi-Dan-Cara-Septar-Meng-Endorse-Dan-Di-Endorse-Di-Media-Sosial @ Rencanamu.Id'.

tersistem dan terintegrasi, terakhir pada bulan Januari 2019 DJP sedang mengembangkan sebuah sistem bernama *social network analytics* (SONETA) yang diharapkan dapat terintegrasi disemua media sosial dan mampu mengakomodir penyandingan data untuk pajak penghasilan (PPh) namun, hingga saat ini semakin maraknya akun selebgram tetapi DJP belum menunjukkan hasil yang diharapkan. Hal inilah yang menjadi dasar penulis untuk melakukan analisis lebih mendalam mengenai Pengaturan Pajak Penghasilan Bagi Profesi Selebgram.

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan isu hukum maka rumusan masalahnya apakah seorang selebgram dapat dipungut pajak penghasilan? dan bagaimana pengaturan pemungutan pajak penghasilan selebgram?

## 3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yang meneliti hukum dari perspektif internal dengan objek penelitiannya adalah norma hukum. Penelitian hukum normatif berfungsi untuk memberi argumentasi yuridis ketika terjadi kekosongan, kekaburan, dan konflik norma, berperan untuk mempertahankan aspek kritis dari keilmuan hukumnya sebagai ilmu normatif yang *sui generis*.<sup>11</sup> Sebagai penelitian hukum normatif, maka jenis penelitian ini tergolong penelitian hukum doktrinal, dengan melakukan penelitian terhadap norma-norma hukum yang dikembangkan oleh doktrin dengan mengkaji kategori hukum, hubungan antara norma-norma hukum, penjelasan tentang objek penelitian dan juga prediksi yang akan datang tentang objek yang dijadikan tema penelitian.<sup>12</sup>

## B. Pembahasan

### 1. Pajak Ditinjau Dari Daya Efektivitas

Pajak ditinjau dari pandangan ekonomi merupakan pergeseran sumber daya dari sektor privat (perusahaan) ke sektor publik yang mana atas pergeseran ini muncul pengaruh atas daya beli atau kemampuan belanja dari sektor privat, kewajiban perpajakan harus dikelola dengan baik untuk keberlangsungan perusahaan.<sup>13</sup> Pajak diartikan pula sebagai iuran yang tidak mendapat timbal balik secara langsung pada saat pajak tersebut dibayarkan tetapi manfaatnya untuk membayar belanja Negara untuk kepentingan umum. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diturunkan unsur dari pajak yakni sebagai berikut:<sup>14</sup>

1. Pajak ialah iuran berupa uang yang berhak dipungut oleh Negara melalui pemerintah pusat ataupun pemerintah daerah.
2. Pajak dipungut berdasarkan undang-undang yang bersifat memaksa sesuai dengan aturan pelaksanaannya.
3. Pajak digunakan untuk membiayai pengeluaran Negara.

---

<sup>11</sup> I Made Pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*, 2nd edn (Jakarta: Prenada Media Group, 2016).

<sup>12</sup> Tomy Michael, 'Memaknai Frasa " Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa " Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan', 2011, 1-10.

<sup>13</sup> Erly Suandy, *Perencanaan Pajak*, 4th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2008).

<sup>14</sup> Suparmono, *Perpajakan Indonesia*, 1st edn (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2010).

Tiga unsur yang dijelaskan tersebut menunjukkan bahwa Pajak berperan penting dalam penerimaan Negara yang dapat dikelompokkan menjadi penerimaan dari berbagai sektor sebagai berikut:<sup>15</sup>

1. Pajak
2. Kekayaan Alam
3. Bea dan Cukai
4. Retribusi
5. Iuran
6. Sumbangan
7. Laba dari badan usaha milik Negara
8. Sumber-sumber lain

Menurut Siti Kurnia Rahayu dalam bukunya yang berjudul *Perpajakan Indonesia*, asas pemungutan pajak terbagi menjadi berikut:<sup>16</sup>

- a. Asas domisili (asas tempat tinggal) berlaku untuk wajib pajak dalam negeri, pajak dipungut oleh Negara atas semua penghasilan wajib pajak yang tinggal diwilayahnya, entah itu sumber penghasilannya dari dalam / luar negeri.
- b. Asas sumber berlaku untuk semua wajib pajak yang mendapat penghasilan dari wilayah Negara itu tanpa memperhatikan tempat tinggalnya.
- c. Asas kebangsaan berlaku atas dasar kebangsaan wajib pajak.

Sistem yang dikenal terbagi menjadi berikut:<sup>17</sup>

- a. *Official Assesment System*

Wewenangnya diberikan kepada apratur perpajakan untuk mandiri menentukan jumlah pajak terutang setiap tahunnya sesuai peraturan perpajakan.

- b. *Self Assesment System*

Wewenangnya dipercayakan kepada wajib pajak dengan rasa kesadaran dan kejujuran untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, melaporkan, dan mempertanggungjawabkan pajak terutangnya sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

- c. *With Holding System*

Wewenangnya diberikan pada pihak ke 3 yang dipercaya dan ditunjuk untuk menentukan nominal pajak terutang milik wajib pajak sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku untuk memotong, memungut, menyetor dan mempertanggungjawabkannya.

Berdasarkan uraian sistem pemungutan pajak tersebut diatas, ilmu hukum juga mengartikannya dalam istilah *liability* yang dapat diartikan secara ringkas merupakan kondisi yang takluk pada kewajiban dan bertanggungjawab atas segala keterjadian baik itu kerugian, ancaman, biaya, beban dan merupakan kondisi mengaktualkan tugas untuk menjalankan undang-undang dengan segera atau pada masa mendatang.<sup>18</sup> Dikaitkan dengan seorang selebgram, maka perlu kesadaran akan kewajibannya untuk menghitung besarnya penghasilannya dan melaporkannya pada SPT Tahunan.

Seperti halnya menghitung pajak penghasilan yang terutang, PPh pasal 21 yang dipotong oleh pemotong pajak secara umum dirumuskan PPh 21= Tarif x Dasar Pengenaan

<sup>15</sup> Erly Suandy, *Hukum Pajak*, 7th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2016).

<sup>16</sup> Siti Kurnia Rahayu, *Perpajakan Indonesia : Konsep Dan Aspek Formal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).

<sup>17</sup> Siti Resmi, *Perpajakan Teori Dan Kasus*, 11th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2019).

<sup>18</sup> Tomy Michael, 'Pemberantasan Gratifikasi Dengan Pendidikan', 2014, 61-70.

pajak. Dasar pembedanya ada 2 yaitu untuk wajib pajak yang punya NPWP dan tanpa NPWP. Selain itu, tarif pajak penghasilan ini juga ditentukan berdasarkan penghasilan yang diterima wajib pajak tiap tahunnya (bersifat progresif). Artinya, semakin tinggi penghasilan yang diterima wajib pajak, semakin tinggi pula tarif PPh 21 yang dikenakan. Berdasarkan Pasal 17 ayat (1a) Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2015, berikut ini tarif PPh 21 untuk Wajib Pajak (WP) yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan tidak memiliki NPWP<sup>19</sup>:

Penghasilan Kena Pajak (Tahunan)	Tarif Pajak
hingga Rp50.000.000	5%
di atas Rp50.000.000 – Rp250.000.000	15%
di atas Rp250.000.000 – Rp500.000.000	25%
di atas Rp500.000.000	30%

Tabel 1.

Tarif PPh Pasal 21 untuk penghasilan yang memiliki NPWP

Tarif yang dikenakan lebih tinggi 20% dari tarif yang diterapkan terhadap wajib pajak yang memiliki NPWP. Berikut ini rincian tarifnya yaitu jumlah PPh Pasal 21 yang harus dipotong adalah sebesar 120% dari jumlah PPh Pasal 21 yang seharusnya dipotong dalam hal yang bersangkutan memiliki NPWP.

1. Ketentuan di atas diterapkan untuk pemotongan PPh Pasal 21 yang bersifat tidak final.
2. Dalam hal pegawai tetap atau penerima pensiun berkala sebagai penerima penghasilan yang telah dipotong PPh Pasal 21 dengan tarif yang lebih tinggi mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP dalam tahun kalender yang bersangkutan paling lama sebelum pemotongan PPh Pasal 21 untuk Masa Pajak Desember, selisih pengenaan tarif sebesar 20% lebih tinggi tersebut diperhitungkan untuk bulan-bulan selanjutnya setelah memiliki NPWP.

Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) merupakan komponen penting cara menghitung PPh 21 yakni jumlah nilai penghasilan bruto bagi wajib pajak yang tidak dikenakan pajak. Sesuai dengan Peraturan Direktur Jenderal Pajak No. PER-16/PJ/2016 dan PMK No. 101/PMK.010/2016, berikut ini tarif PTKP:

1. Rp 54.000.000 per tahun atau Rp 4.500.000 per bulan untuk diri Wajib Pajak orang pribadi
  2. Rp 4.500.000,- per tahun atau Rp 375.000 per bulan tambahan untuk Wajib Pajak yang kawin
  3. Rp 54.000.000 per tahun atau Rp 375.000 per bulan untuk istri yang penghasilannya digabung dengan penghasilan suami
  4. Rp 4.500.000 per tahun atau Rp 375.000 per bulan tambahan untuk setiap anggota keluarga sedarah dan keluarga semenda dalam garis keturunan lurus serta anak angkat yang menjadi tanggungan sepenuhnya, paling banyak 3 orang untuk setiap keluarga.
- 2. Keadilan Perpajakan bagi Profesi Selebgram**

Sebelum membahas lebih rinci mengenai selebgram, perlu pemahaman terlebih dahulu tentang Instagram. Media sosial Instagram adalah media *online* untuk berbagi foto dan video secara gratis dan dapat diunduh dengan bebas melalui *online* pada perangkat Android, Apple, Windows dan sejenisnya. Unggahan foto dan video ini dapat

<sup>19</sup> 'Tarif-Pajak-Pph-21 @ Wwww.Online-Pajak.Com'.

dengan mudah menyebar pada teman-teman yang mengikuti kita di Instagram. Pengguna juga mempunyai akses bebas untuk berkomentar, menyukai ataupun membagikan unggahan foto dan video baik itu unggahan akunya sendiri atau unggahan akun orang lain, penyebarluasan informasi terjadi secara cepat dan bebas. Fakta demikian semakin memperjelas bahwa tidak ada batasan seseorang menggunakan Instagram asalkan dia tidak melanggar peraturan yang dibuat oleh Instagram misalnya mengunggah pornografi, akan secara otomatis dihapus oleh sistem. Usia >13 tahun dapat membuat akun Instagram dengan cara mendaftarkan email dan memilih nama pengguna,<sup>20</sup> media ini acapkali difungsikan sebagai ranah untuk pencitraan diri dan berbangga atas sisi kreativitas dari hasil fotografi juga videografi, banyaknya pengikut juga berdampak banyaknya orang yang menyukai unggahannya dengan menekan tombol “suka” ataupun berkomentar, orang yang tadinya tidak dikenal bisa mendadak viral dan populer di media sosial layaknya artis. Kemunculan fenomena inilah berdampak kemudian muncul selebriti yang populer karena Instagram. Siapapun bisa menjadi selebgram. Tidak hanya orang dewasa, anak kecil pun bisa. Bahkan banyak anak kecil yang sudah memiliki akun di Instagram sampai menjadi terkenal.<sup>21</sup>

Selebgram adalah singkatan dari Selebriti Instagram. Julukan Selebgram biasanya diberikan kepada akun pribadi seseorang yang terkenal di Instagram yang memiliki banyak pengikut atau *followers* dikarenakan foto atau video yang di unggah menarik dan disukai oleh banyak orang. Terkadang foto atau video yang di unggah pun sering menjadi viral dan banyak diperbincangkan oleh warga internet.<sup>22</sup>

*Paid Promote* (PP) adalah kegiatan mengunggah foto atau video produk yang telah diberikan oleh toko *online* pada akun selebgram tersebut dengan menyebutkan nama atau akun instagram toko *online* yang dimaksud, kegiatan ini mengharuskan toko *online* untuk mengeluarkan sejumlah uang sesuai dengan tarif yang diberikan oleh selebgram tersebut.<sup>23</sup> Selebgram pada umumnya menerima PP dengan mengunggah foto berwaktu (*insta story*) selain karena mudah, juga dapat melihat berapa banyak pengguna Instagram yang tertarik dengan foto yang diunggah tersebut. Hal ini dapat ditunjukkan dengan melihat detail informasi berapa banyak akun Instagram yang melihat unggahannya, berapa yang mengunjungi profil toko online tersebut, dari daerah mana saja yang melihat unggahannya, berapa akun Instagram lainnya yang dapat dijangkau karena adanya unggahan ini.

---

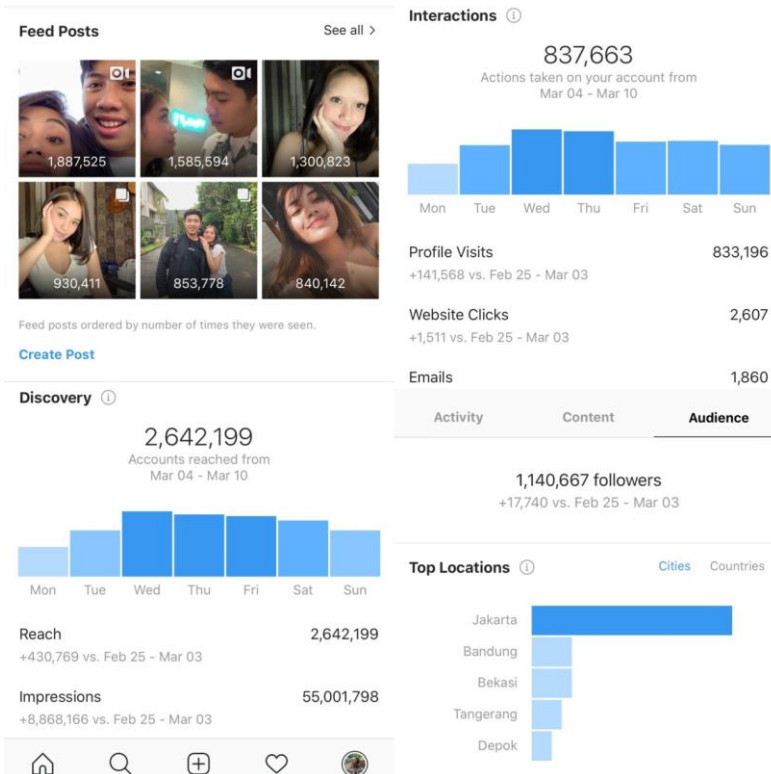
<sup>20</sup> '424737657584573 @ Help.Instagram.Com'.

<sup>21</sup> Ester Krisnawati, 'Mempertanyakan Privasi Di Era Selebgram: Masih Adakah?', *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13.2 (2017), 179 <<https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.682>>.

<sup>22</sup> Silvi Mefita and Much Yulianto, '( Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin )'.

<sup>23</sup> 'Serba-Serbi-Dan-Cara-Seputar-Meng-Endorse-Dan-Di-Endorse-Di-Media-Sosial @ Rencanamu.Id'.





Gambar 2.  
 Akun selebgram  
 Sumber: <https://www.instagram.com/lulalahfah/>

Gambar 2 merupakan hasil tangkapan layar dari pemilik akun instagram @lulalahfah dengan total pengikut sebanyak 1,5 juta, jumlah warga net yang mengunjungi akun instagramnya sebanyak 837.663 pengikut, dan ada sebanyak 2.642.199 akun instagram tertarik melihat funggahan foto/video berwaktu (*insta story*) miliknya. Hal ini dapat disimpulkan selebgram dengan jumlah pengikut yang banyak akan berdampak pula pada toko online yang memakai jasanya, karena dari akun instagramnya banyak pengikut yang melihat foto/video promosinya.

Selebgram di Indonesia tidak diketahui secara pasti kapan tahun kemunculannya, tetapi fenomena ini terjadi secara alamiah dan bermunculan begitu saja sekitar tahun 2014. Ketenaran seorang selebgram pada umumnya dilihat dari seberapa banyak pengikut yang mengikuti akun instagramnya, atau disebut "*followers*". Hingga saat ini belum ada *database* secara pasti berapa jumlah selebgram yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, sebab siapapun dapat berpeluang menjadi selebgram apabila ia merupakan tokoh atau seseorang yang dapat mempengaruhi pengikutnya atau menginspirasi pengikutnya atas unggahan yang ia kombinasikan dengan keterangan yang menarik (*caption on instagram*), penggunaan tanda "#" tagar (*hashtag*) yang secara umum dapat dicari dengan mudah melalui menu pencarian (*search*) di Instagram. Beberapa selebgram di Indonesia yang dapat dipaparkan oleh peneliti per 25 September 2019 tercantum dalam Tabel 2 lengkap dengan tarif *paid promote* pada akun Instagramnya.

No.	Akun Instagram	Jumlah Pengikut (pengguna instagram)	Tarif Paid Promote (1 x 24 jam)
1	@awkarin	4,7 juta	Rp 4.000.000
2	@hamidahrachmayanti	1 juta	Rp 1.000.000
3	@bebby_vey	1 juta	Rp 500.000
4	@lucintaluna	2,2 juta	Rp 3.000.000
5	@sohwahalilintar	2,3 juta	Rp 1.500.000

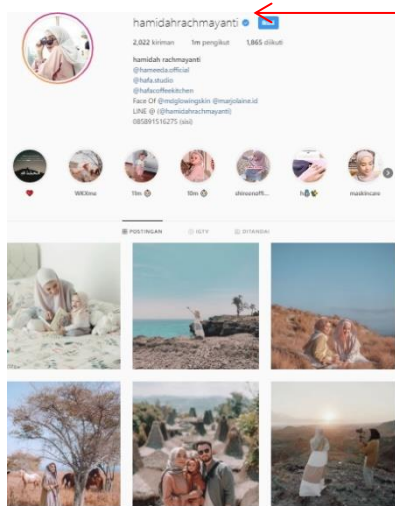
Tabel 2.

Akun Instagram selebgram dengan tarif *paid promote*

Masih banyak selebgram lainnya di Indonesia yang juga membuka jasa *paidpromote* dengan tarif beragam dan ditentukan oleh selebgram itu sendiri. Selebgram di Indonesia setiap tahunnya tentu bertambah dengan beragam fenomena kemunculannya. Sebut saja pemilik akun instagram @lucintaluna yang tenar dengan fenomena dugaan *transgender* sehingga membuat para pengguna Instagram lainnya penasaran dengannya lalu mencari informasi pada akun Instagramnya dan melihat unggahan foto atau videonya, sehingga semakin banyaknya pengguna Instagram lainnya yang mengunjungi profil Instagram @lucintaluna maka semakin besar pula potensi toko online yang menggunakan jasanya dapat ikut tenar melalui akun Instagram selebgram ini. Biasanya selebgram akan memanfaatkan kondisi ketenarannya ini dengan menaikkan tarif *paid promote* pada akun Instagramnya, tarif ini juga dapat meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan pengikut dari akun tersebut. Kebijakan tentang tarif ini sepenuhnya ditentukan oleh selebgram yang bersangkutan, tidak ada pengaturan khusus yang menetapkan tarifnya.

Instagram memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk mengajukan akun Instagramnya untuk dapat diverifikasi atau tidak. Verifikasi maksudnya adalah adanya pengakuan dari Instagram dengan dimunculkannya lencana verifikasi atau mudah menyebutnya centang biru disisi kanan setelah nama akun yang tujuannya untuk membantu pengguna meyakini keaslian dari akun selebgram atau *public figure*, merek, atau entitas terkenal lainnya.<sup>24</sup> Syarat mendapatkan centang biru yang pertama adalah keaslian, yakni mewakili orang/bisnis/ entitas asli yang terdaftar. Kedua yakni kelengkapan dari akun tersebut harus memiliki foto profil, pengaturan publik, aktif mengunggah foto/video. Terakhir yaitu kelayakan dari akun tersebut, harus benar-benar mewakili dan tidak mengandung unsur yang dilarang oleh Instagram. Selebgram yang telah mendapatkan lencana verifikasi pada umumnya adalah selebgram yang telah melewati proses verifikasi akun, namun tidak sedikit juga selebgram yang telah mencoba mengajukan tetapi belum juga diverifikasi oleh Instagram, hal ini sepenuhnya menjadi kebijakan dari Instagram.

<sup>24</sup> 'Instagram-Rilis-Cara-Baru-Mengajukan-Verifikasi-Akun @ Wwww.Liputan6.Com'.



lencana verifikasi  
atau centang biru

Gambar 3  
Akun verifikasi  
Sumber: <https://www.instagram.com/hamidhachmayanti/>

Memulai bahasan ini dengan memahami arti dari Pajak Penghasilan yakni pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak (orang pribadi/badan/badan usaha tetap) atas penghasilan yang diterima atau diperoleh selama kurun waktu satu tahun pajak. Dasar hukumnya di Indonesia yaitu UU Nomor 7 Tahun 1983 yang disempurnakan dengan UU Nomor 7 Tahun 1991, UU Nomor 17 Tahun 2000, UU Nomor 36 Tahun 2008 (selanjutnya disebut UU PPh), Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, Keputusan Menteri Keuangan, Keputusan Direktur Jenderal Pajak, dan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak.

Selebgram (Selebriti Instagram) yang ada di Indonesia ini belum terinventarisir data dirinya, jumlahnya bisa mencapai ratusan. Jumlah yang belum dapat dipastikan ini membuat Direktorat Jenderal Pajak harus bekerja lebih keras untuk menemukan bagaimana agar dapat terdeteksi dengan cepat dan tepat akun Instagram mana saja yang dapat dikategorikan sebagai selebgram. Program yang selalu digadang-gadang dapat menjadi solusi adalah *Social Network Analytics System* yang mana hingga penghujung tahun 2019 ini belum ada kejelasan sistem kerjanya untuk menentukan selebgram mana yang dapat dikenakan pajak penghasilan. Jika ditinjau dari UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan pada Pasal 2 ayat (1) seorang selebgram di Indonesia dapat dikategorikan sebagai Wajib Pajak Pribadi apabila ia mendapat penghasilan dan berkediaman tetap di Indonesia yang dalam jangka waktu satu tahun pajak ada di Indonesia dan niatnya memang tinggal di Indonesia, tapi pembuktian dari penghasilan inilah yang belum jelas bagaimana pengaturannya karena selebgram tidak mempunyai batas waktu kerja dan bisa dengan bebas mengatur jam kerjanya, artinya dalam satu hari dia bisa sesuka hati menerima berapapun toko online yang memakai jasanya.

Seorang selebgram dalam menjalankan jasanya untuk mempromosikan suatu produk dari toko online ini akan mendapatkan imbalan berupa uang, maka uang inilah yang dikatakan sebagai penghasilan karena terjadi adanya penambahan kemampuan ekonomis yang diperoleh selebgram tersebut baik itu sumbernya dari Indonesia ataupun Negara lain. Pengaturan objek pajak (apa saja yang dapat dikenakan pajak) ini memang sudah tercantum

dalam Pasal 4 UU PPh yang pada intinya adanya gaji, upah, bonus, hadiah dan sebagainya ini dikenakan pajak. Apa kaitannya dengan selebgram? terkadang selebgram ini menerima hadiah, bukan menerima uang, seperti yang diungkapkan oleh pemilik akun Instagram @ria\_nrlkhmria<sup>25</sup> dengan total pengikut di Instagram berjumlah 35,3 ribu, melalui wawancara yang dilakukan oleh penulis<sup>26</sup>, dia mengungkapkan bahwa terkadang toko online itu memberikan barang kepadanya misalnya saja memberikan jilbab sesuai dengan permintaannya, untuk itu jilbab ini harus dipromosikan pada akun Instagramnya agar toko online ini dapat dikenal dan harapannya ada yang membeli jilbab dagangannya. Pemberian hadiah ini juga belum jelas bagaimana ketentuannya, apakah dikenakan pajak penghasilan?. Menurut analisis penulis, ini hanya menunjukkan adanya perbedaan dari cara mendapatkan penghasilan tersebut. Konvensional kita harus bekerja dalam waktu tertentu yang ditentukan perusahaan, gaji/upah tertentu pula, tapi dengan menjadi selebgram tidak ada batasan itu dan memperolehnya dengan mudah melalui media online yakni Instagram. Selebgram Indonesia dapat melaporkan penghasilannya melalui SPT (Surat Pemberitahuan) yang dasar hukumnya ada di Pasal 3 ayat (1), (1a), dan (1b) Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. SPT ini merupakan surat yang memberikan informasi dari kesadaran dan kejujuran wajib pajak kepada fiskus atas penghitungan penghasilannya selama kurun waktu tertentu (bulanan) yang disebut SPT Masa, atau pada akhir tahun pajak yakni SPT Tahunan. Batas pelaporan dari SPT bagi perorangan adalah tiga bulan setelah masa pajak (jatuh pada 30 Maret). Ada dua cara yang bisa dilakukan untuk lapor SPT, mau cara konvensional atau kekinian? Pelaporannya bisa konvensional datang ke Kantor terdekat atau memilih melalui online. Bagi yang lebih suka opsi manual, Wajib Pajak dapat datang langsung ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) setempat. Disana wajib pajak diberi formulir yang wajib diisi, mulai dari identitas sampai berapa pajak terutang. Tentunya wajib pajak harus mengantre untuk proses selanjutnya, berkas diserahkan kepada petugas KKP lalu mendapat bukti penyerahan SPT. Prosesnya cukup sederhana, hanya butuh kesabaran lebih untuk menjalaninya. Namun bila tidak suka mengantre maka melalui jalur online menjadi solusi yang terbaik. Solusinya dengan pengisian e-Filing dengan biaya nol rupiah atau gratis, cukup siap telepon cerdas atau komputer yang didukung jaringan internet. Dengan bermodal komputer atau *smartphone* serta koneksi internet yang stabil, Sama seperti aplikasi DJP Online, fitur-fitur pada aplikasi OnlinePajak dapat digunakan secara gratis. Fitur-fitur tersebut di antaranya adalah *e-Filing*, *e-Billing (PajakPay)* dan kalkulator pajak. Beragam kemudahan ini seharusnya tidak menjadi penghalang seorang selebgram untuk melaporkan SPT.

Selebgram asal kota Surabaya bernama Gindy saat dilakukan wawancara bersama penulis<sup>27</sup> mengatakan bahwa dirinya telah bergabung dengan Instagram sejak tahun 2013, tetapi baru memulai aktif membuka jasa promosi pada tahun 2016. Dirinya tidak percaya, seolah tidak menyangka mengapa dari unggahan foto-fotonya dapat menarik pengikutnya dan mendapatkan banyak “suka” juga komentar. Kepopuleran inilah yang menarik toko online untuk memakai jasa Gindy, pemilik akun Instagram @gindyxxi dengan total pengikut 3.935, dirinya juga merupakan seorang Brand Ambassador dari salah satu wedding

---

<sup>25</sup> Nurul Khomaria merupakan selebgram yang berdomisili di Sidoarjo, Indonesia.

<sup>26</sup> Wawancara oleh penulis Indah Novitasari dengan selebgram asal Sidoarjo yaitu Nurul Khomaria

<sup>27</sup> Wawancara pemilik akun Instagram @gindyxxi selebgram asal Surabaya, Indonesia.

organizer di Surabaya, Gindy juga merupakan bagian dari @sub.influencer atau lebih mudah menjelaskannya yakni perkumpulan dari para selebgram Surabaya atau public figure yang mampu memberikan dampak yang besar dalam media sosial khususnya Instagram. Selain aktivitas tersebut, ia juga bergabung dalam sebuah management artis yang memiliki akun instagram @samudra.management ini adalah sebuah penyedia jasa paid promote atas beberapa selebgram yang bergabung didalamnya. Berdasarkan fakta demikian, prosedur pemungutan pajak bagi selebgram ini bisa diklasifikasikan menjadi dua. Satu, jika dia memperoleh penghasilan secara langsung dari pemilik toko online (*directly from owners*) maka itu harus dilaporkan mandiri pada SPT Tahunan dan merupakan kategori Pajak Tidak Final. Dua, jika selebgram ini memperoleh penghasilan tetapi melalui penghubung antara toko online dengan selebgram (managemen artis) tempat ia bergabung, maka dikenakan PPh Final langsung dikenakan saat menerima objek atau sumber penghasilan sesuai pengaturan pada Pasal 23 UU PPh. Umumnya, para toko online lebih suka untuk langsung menghubungi selebgram terkait, daripada harus melalui managemen artis. Artinya perlu adanya kesadaran dari selebgram untuk dapat melaporkan menghasilannya pada SPT Tahunan Perorangan. SPT Tahunan perorangan pun masih dibagi lagi ke dalam tiga jenis formulir yang terdiri dari formulir SPT Tahunan 1770, SPT 1770 S, dan SPT 1770 SS. Perbedaan antara tiga jenis formulir SPT Tahunan tersebut terletak pada status kepegawaian seseorang, sumber penghasilan lain, serta besaran penghasilan wajib pajak setiap tahunnya. Formulir 1770 digunakan oleh Wajib Pajak berstatus pegawai yang memiliki sumber penghasilan lain, sedangkan pegawai dengan penghasilan kurang dari atau sama dengan Rp60.000.000 per tahun dapat menggunakan formulir 1770 SS. Mereka yang berstatus pegawai dengan penghasilan lebih dari Rp60.000.000 diwajibkan melaporkan SPT Tahunannya dengan formulir 1770 S. Informasi seperti ini juga belum tentu sampai ke telinga para selebgram, karenanya itu menjadi salahsatu penyebab mengapa selebgram tidak membayar pajak. Menyadari bahwa tidak ada peraturan perundang-undangan yang sempurna, pasti ada kurang dan batasnya, tidak bisa dengan lengkap dan jelas mengatur seluruh kegiatan manusia<sup>28</sup> tapi dengan kesadaran akan pentingnya pemahaman kewajiban kepada Negara ini yang dapat membantu mendongkrak penerimaan Negara melalui selebgram yang taat membayar pajak.

### **3. Konsep Perhitungan Pajak Penghasilan Selebgram**

Selebgram bernama Karin Novilda pemilik akun instagram @awkarin dengan total pengikut sebanyak 4,7 juta, dengan tarif promosi foto berwaktu 1 x 24 jam senilai Rp 4.000.000. Apabila dalam waktu satu hari Karin melayani promosi untuk lima toko online maka potensi penghasilan Karin senilai Rp 20.000.000/hari (Rp 4.000.000 x 5). Dalam perhitungan dimisalkan Karin aktif melakukan aktivitas paid promote selama hanya 10 hari kerja dalam kurun waktu satu bulan maka potensi penghasilannya senilai Rp 200.000.000/bulan (Rp 20.000.000 x 10) maka diakumulasikan dalam satu tahun penghasilan Karin senilai Rp 2.400.000.000 ( Rp 200.000.000 x 12). Berdasarkan PER-17/PJ/2015 tentang norma perhitungan penghasilan neto, ada dua opsi yaitu dihitung dengan norma 35% untuk kegiatan hiburan, seni, dan kreativitas lainnya. Norma 50% untuk pekerja seni. Jika menggunakan norma 50% maka potensi penerimaan pajak yang diterima Negara setiap

---

<sup>28</sup> Michael, 'Pemberantasan Gratifikasi Dengan Pendidikan'.

tahunnya dari selebgram @awkarin senilai Rp 1.200.000.000. Karenanya, Direktorat Jenderal Pajak perlu lebih teliti menganalisis peluang dari selebgram ini sebagai faktor peningkatan pendapatan Negara melalui penerimaan pajak penghasilan selebgram.

### C. Penutup

Belum adanya pengaturan khusus mengenai pajak penghasilan selebgram, adanya kekosongan norma hukum yang dapat menjadi celah seorang selebgram untuk tidak membayar pajak. Selebgram dapat dikenakan pajak sebab berdasarkan analisis undang-undang perpajakan mereka dikategorikan Wajib Pajak orang pribadi dan atas penghasilan yang mereka dapatkan harus dilaporkan sebagai Pajak Penghasilan. Dasarnya Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Lembaga yang berwenang untuk memungut pajak selebgram ialah Direktorat Jenderal Pajak, norma yang diberlakukan bisa PPh Pasal 23 untuk pajak yang sifatnya final dan PPh Pasal 21 untuk Pajak tidak final. Selebgram belum mendapat pemahaman memadai tentang arti pentingnya suatu kewajiban untuk melaporkan penghasilan yang diterima. Setiap akhir tahun pajak selebgram perlu melaporkan penghasilannya kedalam Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT). Selain itu Direktorat Jenderal Pajak juga belum mampu menginformasikan kepada publik bagaimana mekanisme sistem analisis data yang menghimpun dan menginventarisir data selebgram Indonesia, *Social Network Analytics System* yang selalu digadang-gadang sebagai alternatif solusi juga belum tampak bagaimana implementasinya. Selebgram untuk saat ini hanya dituntut kesadarannya dan ditekankan untuk melaporkan Pajak Penghasilannya dengan acuan lain yaitu Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ 2015 yang mengatur norma penghitungan penghasilan netonya, pilihannya yang pertama apakah dikategorikan sebagai kegiatan hiburan, seni, dan kreativitas lainnya dengan norma 35% atautkah kategori kegiatan pekerja seni dengan norma 50%.

Perlu adanya produk hukum berupa peraturan khusus mengenai pajak penghasilan selebgram, selain berpatokan pada harapan kesadaran dari selebgram itu sendiri, juga perlu adanya pengawasan dengan teknologi canggih yang mampu mengintai dari akun instagram seluruh pengguna di Indonesia dan mampu menganalisis dengan tepat akun instagram mana yang dapat dikategorikan sebagai selebgram. Direktorat Jenderal Pajak sebaiknya juga bekerjasama dengan para selebgram populer dan memiliki banyak pengikut serta mampu mengedukasi selebgram lainnya untuk membayar pajak. Kegiatan kerjasama ini bisa dilakukan sesuai dengan jasa yang ditawarkan selebgram seperti melalui kegiatan *paid promote*.

### Daftar Pustaka

- '29406882807f4d96d0b0c5e99111fbc3577658ff @ Blog.Jakpat.Net'  
 '424737657584573 @ Help.Instagram.Com'  
 'Berapa-Batas-Maksimal-Posting-Klip-Instagram-Stories-Dalam-24-Jam @ Kumparan.Com'  
 Diantha, I Made Pasek, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*,  
 2nd edn (Jakarta: Prenada Media Group, 2016)  
 'Instagram-Rilis-Cara-Baru-Mengajukan-Verifikasi-Akun @ Www.Liputan6.Com'  
 IPSOS, 'Dampak Instagram Pada Usaha Di Indonesia', 2018, 1-2  
 Krisnawati, Ester, 'Mempertanyakan Privasi Di Era Selebgram: Masih Adakah?', *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13 (2017), 179 <<https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.682>>  
 Mefita, Silvi, and Much Yulianto, '( Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin )'  
 Michael, Tomy, 'Korelasi Komunisme Dalam Demokrasi Di Indonesia', *Refleksi Hukum:*

- Jurnal Ilmu Hukum*, 1 (2016), 15 <<https://doi.org/10.24246/jrh.2016.v1.i1.p15-28>>
- — —, 'Memaknai Frasa " Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa " Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan', 2011, 1-10
- — —, 'Pemberantasan Gratifikasi Dengan Pendidikan', 2014, 61-70
- Michael, Tomy, and Kristoforus Laga Kleden, 'Pemenuhan Hak Perkawinan Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender (Lgbt) Menurut Prinsip-Prinsip Yogyakarta 2007 Di Provinsi Jawa Timur', *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1 (2018), 121-35
- Suparmono, *Perpajakan Indonesia*, 1st edn (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2010)
- 'Profesi @ Kbbi.Web.Id'
- Resmi, Siti, *Perpajakan Teori Dan Kasus*, 11th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2019)
- 'Serba-Serbi-Dan-Cara-Seputar-Meng-Endorse-Dan-Di-Endorse-Di-Media-Sosial @ Rencana-mu.Id'
- Siti Kurnia Rahayu, *Perpajakan Indonesia : Konsep Dan Aspek Formal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- Suandy, Erly, *Hukum Pajak*, 7th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2016)
- — —, *Perencanaan Pajak*, 4th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2008)
- 'Tarif-Pajak-Pph-21 @ Www.Online-Pajak.Com'
- We Are Social, 'Digital 2019: Indonesia', *Global Digital Insights*, 2019, 33 <<https://doi.org/https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>>