

Analisis Yuridis Kewajiban Pajak Penghasilan Bagi Pelaku Bisnis Konten Kreator Di *Platform Youtube*

Ni Luh Martiniasih¹, Deli Bunga Saravistha², Kadek Dedy Suryana³

niluhmartiniasih10@gmail.com¹, delisaravistha@gmail.com²,

dedy.pinguinfm@gmail.com³

Fakultas Hukum Universitas Mahendradatta

ABSTRACT

Keywords:

(Income Tax,
Business
Actors, Content
Creators,
YouTube).

The massive development of internet technology has significantly impacted the consumption patterns of information and economic activities of society, including in Indonesia. YouTube platform as a medium for sharing content and a source of income for content creators through the Google AdSense monetization program. However, the emergence of this form of digital income poses new challenges in the taxation system, particularly regarding the clarity of tax jurisdiction, tax compliance, and the classification of income types. This research aims to analyze the regulation of income tax (PPh) obligations for YouTubers in Indonesia and identify the factors affecting the effectiveness of the implementation of these regulations. In the legal context, the imposition of income tax (PPh) on digital content creators needs to consider the principles of legal certainty and fiscal justice, especially when facing the cross-border and technology-based characteristics of the digital economy. The main issues faced include the complexity of digital transactions, differences in policies between countries, and low legal literacy among creative industry players. This research shows that although the government has issued several regulations, their implementation still faces obstacles, both in terms of supervision and taxpayer compliance and the incompatibility of the conventional tax system with digital economy practices. Therefore, adaptive tax system innovations, public education, and cross-sector collaboration are needed to ensure the sustainability of state revenue and protection for digital economy actors.

ABSTRAK

Kata kunci:

(Pajak
Penghasilan,
Pelaku Bisnis,
Konten Kreator,
Youtube).

Perkembangan teknologi internet secara masif telah membawa dampak signifikan terhadap pola konsumsi informasi dan aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk di Indonesia. Salah satu fenomena yang mencuat adalah meningkatnya penggunaan platform YouTube sebagai media berbagi konten sekaligus sumber penghasilan bagi para konten kreator melalui program monetisasi Google AdSense. Namun, munculnya bentuk penghasilan digital

ini menimbulkan tantangan baru dalam sistem perpajakan, terutama terkait kejelasan yurisdiksi pemungutan pajak, kepatuhan pajak, dan klasifikasi jenis penghasilan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan kewajiban pembayaran Pajak Penghasilan (PPh) bagi YouTuber di Indonesia serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas implementasi regulasi tersebut. Dalam konteks hukum, pengenaan PPh terhadap konten kreator digital perlu mempertimbangkan asas kepastian hukum dan prinsip keadilan fiskal, terutama dalam menghadapi karakteristik ekonomi digital yang lintas batas dan berbasis teknologi. Permasalahan utama yang dihadapi mencakup kompleksitas transaksi digital, perbedaan kebijakan antar negara, dan rendahnya literasi hukum di kalangan pelaku industri kreatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun pemerintah telah mengeluarkan beberapa regulasi, penerapannya masih menghadapi hambatan, baik dari sisi pengawasan, kepatuhan Wajib Pajak, maupun ketidaksesuaian sistem perpajakan konvensional dengan praktik ekonomi digital. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi sistem perpajakan yang adaptif, edukasi publik, serta kolaborasi lintas sektor untuk memastikan keberlanjutan penerimaan negara dan perlindungan terhadap pelaku ekonomi digital.

PENDAHULUAN

Fenomena teknologi internet ini berkembang masif ke seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia (Putra, 2019). Kemunculan Google diwarnai dengan beragam permasalahan, terutama terkait monopoli, privasi, dan etika bisnis. Google dituduh menggunakan dominasi pasar untuk menghambat persaingan dan mengendalikan iklan daring. Google menghadapi tantangan dalam mengelola citranya di tengah persaingan yang semakin ketat, namun eksistensi *google* sebagai mesin pencari digital unggul tetap menyebar luas, hampir di semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja bahkan lansia sekalipun, karena informasi yang disajikan berupa format visual yang mudah dipahami, kualitas pencarian, dan ekosistem produk yang luas (Ohorella, 2025).

YouTube adalah aplikasi di bawah layanan *Google*. Semua orang dapat mengunggah video ke dalam platform YouTube selama memiliki akun *google* sebagai syarat dasar dari akun YouTube tersebut. Postingan *video*, *reels* yang diunggah secara gratis, dan para konten kreator memiliki potensi mendapatkan monetisasi berupa bayaran oleh layanan *google adsense* dengan mengizinkan pemutaran iklan di video yang telah diunggah. Ketertarikan masyarakat terhadap peluang tersebut menyebabkan media televisi tergeser eksistensinya. Kondisi tersebut dimanfaatkan secara baik oleh pelaku industri TV dengan ikut serta mengakses dan bergabung di media sosial youtube untuk mengembangkan area jangkauan para pengikutnya. Masyarakat semakin marak menggunakan teknologi *YouTube* karena mudah mengatur jadwal tontonan dan dapat diputar berulang kali

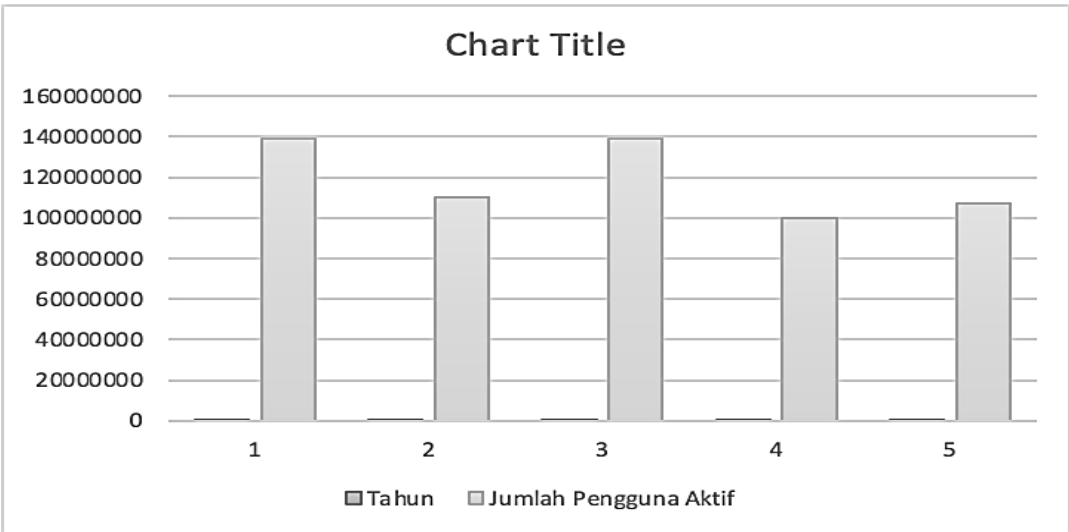
(Noviyanti, 2022). Monetisasi adalah target dari youtuber untuk memperoleh penghasilan atas iklan yang muncul dalam tayangan video mereka. YouTube upaya ini dilakukan dengan mengirimkan surat elektronik (yang selanjutnya disebut “surel”) yang dimulai sejak tahun 2021 kepada seluruh konten kreator yang telah memonetisasi akun Youtubenanya(Jokhanan Kristiyono, 2022).

Surel tersebut memuat poin pemberitahuan bahwasanya pemerintah Amerika Serikat meminta *YouTube* untuk memungut pajak dari kreator asal Amerika maupun non-Amerika. Pajak dipungut atas penghasilan dari setiap Google AdSense yang ditonton oleh penonton dari Amerika. Video *Youtuber* Indonesia yang ditonton oleh pemirsa dari Amerika, menyebabkan penghasilan dari adsense akan dipotong pajak sebesar tarif yang ditetapkan, namun, jika penonton bukan berasal dari Amerika maka tidak akan ada pemotongan atas penghasilan adsense tersebut. Implikasi lain yang wajib dilakukan oleh seluruh *Youtuber* adalah mengisi *tax info* atau informasi pajak pada akun *adsense* mereka, sehingga *YouTube* secara otomatis harus memasukkan *tax identification number* atau semacam Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) (Hapsari, 2021). Pengguna *Youtube* di Indonesia cukup tinggi, tren berpenghasilan dari sosial media tidak dapat dipungkiri sebagai dampak lanjutan dari COVID19 lalu. Berikut data pengguna aktif di Indonesia:

Tabel 1. Fluktuasi Penggunaan *Youtube* di Indonesia

No	Tahun	Jumlah Pengguna Aktif
1	2024	139.000.000
2	2023	110.000.000
3	2022	139.000.000
4	2021	100.000.000
5	2020	107.000.000

Sumber: Diolah Oleh Peneliti



Gambar 1. Kurva Fluktuasi Penggunaan *Youtube* di Indonesia

Sumber: Diolah oleh Peneliti dari <https://datareportal.com/essential-youtube-stats>

Fenomena disrupsi ekonomi digital tersebut, sampai saat ini masih membawa permasalahan pada sektor pemungutan pajak. Kementerian Keuangan telah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut "PMK 210 Tahun 2018"). Peraturan tersebut diperuntukkan bagi para pelaku *e-commerce* di Indonesia, termasuk pembuat konten di media sosial termasuk bagi Para *Youtuber*. Namun, regulasi pajak tersebut masih memiliki berbagai permasalahan, mulai dari kompleksitas karakteristik ekonomi digital dan *level playing field* yang belum tercipta antara *platform* transaksi formal dan informal dengan karakteristiknya yang *crossborderless* (Saravistha D. W., 2023). Karakteristik yang unik dari penghasilan digital ini menimbulkan kesulitan dalam klasifikasi, evaluasi, dan pelaporan untuk tujuan perpajakan. Penghasilan digital yang diperoleh oleh pelaku industri kreatif memiliki karakteristik yang berbeda dengan penghasilan konvensional. Penghasilan ini bisa berasal dari berbagai sumber seperti iklan *online*, penjualan karya digital, donasi dari penggemar, langganan konten, dan lain sebagainya.

Variasi ini menimbulkan tantangan dalam hal klasifikasi dan pelaporan penghasilan untuk tujuan pajak. Tantangan utama dalam perpajakan digital ini, adalah masalah lintas yurisdiksi. Pelaku industri kreatif yang menggunakan inovasi digital dapat menghasilkan pendapatan dari berbagai negara. Pertanyaan pun timbul mengenai yurisdiksi mana yang memiliki hak untuk memungut pajak memajaki penghasilan terhadap *platform* berbasis digital tersebut. Perbedaan kebijakan pajak antar negara juga menambah kerumitan, dengan adanya risiko beban ganda pajak atau bahkan tidak terjaminnya kepatuhan pajak karena celah regulasi belum memadai. Inovasi teknologi berbasis digital ini, ditanggapi serius oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersinergi dengan Bank Indonesia serta Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan menerapkan uji coba terbatas untuk memverifikasi keberadaan pelaku bisnis digital tersebut (Martinasih, 2022).

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah meneliti dan menganalisis terkait pengaturan kewajiban pembayaran pajak penghasilan bagi *YouTube* agar memberikan kontribusi bagi pembangunan khususnya dari sektor pajak di Indonesia dan Bagaimana formulasi pengaturan bisnis *YouTube* skala hukum nasional dalam rangka memberi perlindungan baik bagi *YouTube* maupun konsumen *YouTube* terhadap faktor yang mempengaruhi penerapan peraturan pajak penghasilan bagi *Youtuber* di Indonesia. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaturan kewajiban PPh di Indonesia telah secara optimal menerapkan Asas Kepastian Hukum bagi *Youtuber* termasuk konten *Youtuber* di luar yurisdiksi Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan regulasi yang ada saat ini. Urgensi penelitian terhadap fenomena tersebut adalah untuk menghindarkan negara dari kerugian di sektor pajak dan mengedukasi serta memotivasi para konten kreator agar lebih kreatif dan sadar hukum dalam menghadapi disrupsi ekonomi digital dengan segala konsekuensinya..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif yang merupakan bagian dari riset hukum yang doktrinal (Efendi & Sudarsono, 2025). Penelitian dilakukan dengan menganalisis peraturan-peraturan hukum berupa undang-

undang, yurisprudensi dan kebijakan *policy maker* yang ditujukan untuk pengembangan doktrin hukum. Objeknya adalah hukum positif baik berupa hukum tertulis maupun tidak tertulis baik pada substansi undang-undang, peraturan hukum bentuk lain, putusan pengadilan, prinsip hukum, konsep hukum dan doktrin para ahli hukum dan literatur tentang anotasi hukum (Efendi & Sudarsono, 2025).

PEMBAHASAN

Karakteristik *Income Pajak Digital* yang Diperoleh Oleh Pelaku Industri Kreatif

Industri kreatif berkontribusi terhadap pendapatan nasional dan penyerapan tenaga kerja secara ekonomi finansial. Sinergi dengan kemajuan teknologi, industri kreatif melihat banyak peluang baru, seperti kemampuan untuk memasarkan barang atau layanan melalui internet, memperluas jaringan bisnis di seluruh dunia, dan meningkatkan efisiensi dalam produksi dan distribusi. Jenis pendapatan digital yang dihasilkan oleh industri kreatif sangat beragam dan dapat mencakup iklan *online*, langganan konten, layanan *streaming*, penjualan karya digital, seperti musik, film, dan seni, juga bentuk donasi penggemar melalui *platform crowdfunding* (Hestiandari, 2023).

Karakteristik *income Youtuber* meliputi sumber penghasilan yang beragam, seperti dari iklan *online*, penjualan karya digital, donasi, dan langganan konten. Penghasilan ini dianggap berasal dari wilayah Indonesia, bahkan jika wajib pajak berada di luar negeri atau transaksi dilakukan melalui media elektronik, berikut ini adalah karakter penghasilan pajak digital:

a) *Program Endorsement*

Bentuk promosi atau dukungan dari seorang publik figur dalam industri kreatif, seperti selebriti atau influencer, terhadap sebuah produk atau layanan, yang memberikan rekomendasi atau ulasan positif tentang produk tersebut untuk meningkatkan daya tarik dan mendorong konsumen untuk membelinya. *Endorsement* dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti membagikan foto atau video penggunaan produk, menulis ulasan, atau membuat video promosi. *Endorsement* adalah sumber pendapatan yang paling dikenal oleh *influencer* di media sosial, dimana para penjual akan memberikan para influencer barang jualannya, yang selanjutnya digunakan oleh influencer tersebut dalam video untuk dipromosikan;

b) Penghasilan *Google AdSense*

Program monetisasi *website* dan konten online yang memungkinkan pemilik situs untuk mendapatkan penghasilan dengan menampilkan iklan *Google* di situs mereka. Program ini memungkinkan pemilik situs untuk menampilkan iklan yang disesuaikan dengan konten dan audiens mereka, serta mendapatkan pembayaran berdasarkan klik atau tampilan iklan tersebut. Pemilik situs harus mendaftar ke *google AdSense* dan menambahkan kode *AdSense* ke situs mereka. *google* selanjutnya menampilkan iklan yang relevan dengan konten dan *audiens* situs tersebut. Pemilik situs mendapatkan penghasilan berdasarkan klik atau tampilan iklan. *Google AdSense* merupakan banner yang ada di pada saat video berlangsung;

c) Program Monetisasi *YouTube*

Proses ini dilakukan dengan melihat pada aktifitas seorang kreator konten di *YouTube* dengan melihat intensitas produksi kontennya. Monetisasi youtube memberikan pemasukan kepada *youtuber* dengan memasukkan iklan pada awal, tengah maupun akhir video mereka. Iklan ini biasanya hanya diberikan pada video yang telah memiliki banyak penonton atau pada akun *Youtube* yang dianggap sudah populer. Proses ini melibatkan berbagai cara seperti iklan, keanggotaan *channel*, *Super Chat*, dan lain-lain. *YouTube* menayangkan iklan di video *Youtuber*, dan *youtuber* akan mendapatkan bagian dari pendapatan iklan tersebut. Program keanggotaan *channel* (*YouTube Membership*) juga menghasilkan uang, dimana penggemar dapat membayar untuk menjadi anggota *channel Youtuber* dan memberikan manfaat eksklusif. Program *Super Chat & Super Thanks Youtube* juga memperbolehkan penggemar untuk membayar menampilkan pesan mereka di obrolan live atau komentar video dengan fitur yang menonjol. Program kemitraan dengan brand di Youtube, dimana *youtuber* dapat bekerja sama dengan merek untuk membuat konten yang disponsori, dan mendapatkan pembayaran dari merek tersebut;

d) Monetisasi *Platform Patreon*

Patreon adalah sebuah platform keanggotaan berlangganan, dimana para pembuat konten dapat menghasilkan uang dengan membuat konten eksklusif, seperti tulisan, ilustrasi, video, podcast, atau karya seni lainnya dan menjualnya kepada penggemar dengan berbagai tingkat langganan. Para pelanggan dapat membayar jumlah tertentu kepada kreator setiap bulan atau setiap kali kreator mengeluarkan konten tertentu. *Patreon* dan *YouTube* memiliki hubungan yang erat, tetapi tidak langsung. *YouTube* adalah *platform* untuk berbagi video, sedangkan *Patreon* adalah platform untuk kreator membangun komunitas dan mendapatkan dukungan finansial dari penggemar. *YouTube* bisa menjadi tempat untuk berbagi konten secara umum, sementara *Patreon* memungkinkan kreator untuk memberikan konten eksklusif kepada para anggota yang mendukung mereka.

Studi kasus menunjukkan bahwa musisi dan artis visual sering mengandalkan situs *web* seperti *YouTube*, untuk mendapatkan uang dari karya mereka. Model bisnis yang berbeda dalam ekonomi digital, mengakibatkan klasifikasi penghasilan menjadi sulit. Fluktuasi pendapatan dan berbagai sumber pendapatan tidak selalu tetap, evaluasi penghasilan juga sulit. Klasifikasi penghasilan ini menjadi tantangan karena berbagai model bisnis yang ada dalam ekonomi digital. Evaluasi penghasilan juga rumit karena fluktuasi pendapatan dan berbagai sumber pendapatan yang tidak selalu bersifat tetap. Dari studi kasus yang mungkin terjadi di atas, hasil dari berbagai sumber ini menunjukkan bahwa klasifikasi dan penilaian penghasilan digital sangat sulit. Royalti *streaming* dapat berubah setiap bulan, tergantung pada seberapa populer lagu tersebut, karena penjualan barang dan donasi memiliki pola pendapatan yang berbeda, sehingga pelaporan pajak menjadi lebih sulit (Akbar, 2020).

Pengaturan Hukum Berkaitan dengan Pajak Penghasilan (PPh) yang Dapat Dikenakan Pada *Youtuber*

Pengaturan pajak penghasilan secara keseluruhan dapat diinventarisasi mulai dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan, mengatur antara lain PPh Pasal 21 (pemotongan atas penghasilan karyawan); PPh Pasal 22 (pemungutan oleh instansi tertentu); PPh Pasal 23 (pemotongan atas penghasilan modal, seperti dividen dan royalti); PPh Pasal 25 (angsuran pajak penghasilan); PPh Pasal 26 (untuk subjek pajak luar negeri). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1991 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan mengatur terkait Pasal 4 ayat (1) huruf a dan b Mengubah ketentuan mengenai objek pajak, termasuk penggantian atau imbalan terkait pekerjaan atau jasa, seperti gaji, upah, honorarium, komisi, bonus, gratifikasi, uang pensiun, dan imbalan lainnya; Pasal 4 ayat (3) huruf d; Pasal 4 ayat (3) huruf g; Penambahan Pasal 4 ayat (3) huruf l dan m; Pasal 6 ayat (1) huruf a; Pasal 9 Ayat (1) huruf d; Pasal 4 ayat (3) huruf d. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1994 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1991, Pasal 1; Pasal 2; Pasal 2A; Pasal 4 ayat (2); Pasal 15; Pasal 16 ayat (1) atau ayat (3); Pasal 19; Pasal 21; Pasal 22; Pasal 23; Pasal 26.

Perubahan aturan dengan intensitas seperti demikian tentu saja akan mengurangi kadar pemenuhan Asas Kepastian Hukum bagi masyarakat. Legislator kemudian menetapkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Inovasi hukum untuk memangkas kerumitan birokrasi kemudian dilanjutkan dengan menetapkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang yang merubah klasifikasi objek pajak. Peraturan teknis pemungutan PPh diatur melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2023 Tentang Tarif Pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 21 Atas Penghasilan Sehubungan Dengan Pekerjaan, Jasa, Atau Kegiatan Wajib Pajak Orang Pribadi dan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 168 Tahun 2023 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemotongan Pajak Atas Penghasilan Sehubungan Dengan Pekerjaan, Jasa, Atau Kegiatan Orang Pribadi. Secara lebih spesifik, PPh yang dapat dikenakan pada *Youtuber* dapat dilihat pada tabel berikut (Benes, 2020):

Tabel 2. Potensi Pajak Atas Konten *Youtube*

No	Konten Youtube	Potensi Pajak
1	Konten kreator video, cover music dan video wedding atau acara yang diposting ke youtube	PPh 21 dimana hal ini potensi pajaknya terletak pada <i>cameraman</i> , penyanyi, sebagai bukan pegawai, dan pemilik akun youtube dan merangkap sebagai <i>editor video</i> sebagai wajib pajak orang pribadi bukan pegawai, <i>cameraman</i> dan penyanyi yang terlibat dalam pembuatan konten youtube berpotensi membayar pajak atas jasa yang di berikan, dan pemilik akun youtube berbasis <i>music production</i> juga

No	Konten Youtube	Potensi Pajak
		berpotensi membayar pajak atas penghasilan yang di dapat.
2	Konten <i>Live Streaming</i>	PPh 21 dimana hal ini potensi pajaknya terletak pada <i>cameraman</i> , <i>Operator Live</i> sebagai bukan pegawai, dan pemilik akun youtube merangkap sebagai <i>editor video</i> sebagai wajib pajak orang pribadi bukan pegawai, <i>camera man</i> dan penyanyi yang terlibat dalam pembuatan konten youtube berpotensi membayar pajak atas jasa yang di berikan, dan pemilik akun youtube juga berpotensi membayar pajak atas penghasilan yang di dapat.
3	Konten Video Ceramah, Sejarah, Ulasan produk, Review produk	PPh 21 dimana hal ini potensi pajaknya terletak pada camera man sebagai bukan pegawai, dan pemilik akun yang merangkap sebagai editor video sebagai wajib pajak orang pribadi bukan pegawai, camera man yang terlibat dalam pembuatan konten youtube berpotensi membayar pajak atas jasa yang di berikan, dan pemilik akun youtube juga berpotensi membayar pajak atas penghasilan yang di dapat.

Sumber: Diolah Oleh Peneliti dari berbagai sumber hukum PPH di Indonesia

Terdapat sanksi bunga sebagaimana diatur pada Pasal 13 Ayat (2) UU HPP diberikan pada pajak penghasilan, pajak penjumlahan nilai dan pajak perdagangan atas barang mewah yang terutang pada surat ketetapan pajak kurang bayar, karena beberapa alasan, antara lain atas hasil pemeriksaan atau keterangan lain pajak yang terutang tidak atau kurang dibayar, jika kepada Wajib Pajak diterbitkan nomor pokok Wajib Pajak dan bagi pengusaha yang dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak secara jabatan sebagaimana dituliskan pada Pasal 2 Ayat (4a). Sanksi administrasi berupa denda ini ditujukan untuk Wajib Pajak penghasilan ataupun pengusaha kena pajak dituliskan pada Pasal 7 Ayat (1) UU HPP. Terakhir adalah sanksi pidana pajak dapat berupa denda pajak atau yang paling berat pada sanksi badan seperti penjara atau kurungan (Benes, 2020).

Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Peraturan Pajak Penghasilan Bagi Youtuber di Indonesia

Faktor yang mempengaruhi akan dikaji dan dianalisis dengan menggunakan pemikiran Lawrence M. Friedman, seorang ahli hukum yang terkenal, mengembangkan teori sistem hukum. Teori ini menekankan pentingnya menganalisis sistem hukum dalam konteks interaksi antara elemen-elemen yang ada dalam sistem tersebut. Friedman berfokus pada pemahaman bagaimana hukum bekerja dalam masyarakat secara keseluruhan, serta bagaimana faktor sosial, ekonomi, budaya, dan politik mempengaruhi cara hukum diterapkan dan diterima oleh masyarakat (Friedman, 2019).

Elemen-elemen dalam Sistem Hukum Menurut Friedman sistem hukum menjadi tiga elemen utama yang saling berinteraksi Pertama, *Legal Structure*, Direktorat Jenderal Pajak sebagai pemegang kewenangan dalam pemungutan PPh telah melakukan mekanisme pembayaran pajak melalui metode *Self-Assessment* yang harus dibayarkan dilakukan secara mandiri oleh wajib pajak, *Official Assessment*, merupakan suatu pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemungut pajak untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayar oleh seseorang. *Semiself assesment*, dimana merupakan sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang pada fiskus dan wajib pajak untuk menentukan besarnya pajak seseorang yang terutang. Terakhir, *Withholding system* merupakan suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang pada pihak ketiga untuk memotong atau memungut besarnya pajak yang terutang. Kedua, *Legal Substance* telah cukup memadai untuk menjangkau PPh yang diterapkan di wilayah yurisdiksi Indonesia. Pemerintah seharusnya mulai membuat suatu rancangan dengan menggunakan sistem *blockchain* untuk merekam dan mengawasi segala aktifitas wajib pajak di sosial media (Saravistha D. d., 2022) (Fitri, 2023). Hal ini untuk mengatasi kerugian negara akibat kompleksitas aktifitas komersil dalam dunia *Youtube*. Terakhir, *Legal Culture* dimana masyarakat pengguna wajib memahami aspek hukum yang relevan dalam sosial media *Youtube*.

Aspek dimaksud diantaranya: Pertama, Hak Cipta, banyak pengguna *YouTube* menggunakan materi berhak cipta seperti musik, video, film, atau gambar tanpa izin. Perspektif hukum Indonesia dan internasional memandang hal ini termasuk pelanggaran Undang-Undang Hak Cipta sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Masyarakat perlu memahami dan mengetahui bahwa penggunaan konten berhak cipta tanpa izin dapat dikenai sanksi administratif hingga pidana. Kedua, Pencemaran Nama Baik dan Ujaran Kebencian terhadap Konten yang mengandung fitnah, penghinaan, atau ujaran kebencian harus diketahui merupakan suatu pelanggaran hukum khususnya terhadap ketentuan Undang-Undang ITE No. 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016 yaitu Pasal 27 Ayat (3): Pencemaran nama baik melalui media elektronik dan Pasal 28 Ayat (2) terkait Penyebaran kebencian berdasarkan SARA. Ketiga, kerjasama pemerintah untuk mengedukasi masyarakat dapat dilakukan berupa iklan layanan pemerintah di dalam *Youtube* untuk memberi pemahaman adanya potensi penyebaran *Hoaks*. Hal ini akan mengurangi ketidaktahuan untuk ikut terlibat menjadi penyebar *Hoaks*. Masyarakat sering membagikan informasi tanpa verifikasi dan ini menempatkan masyarakat sebagai pengguna dalam potensi melakukan tindak pidana. Dalam konteks hukum UU ITE Pasal 28 Ayat (1) mengatur jelas terkait larangan menyebarkan berita bohong atau menyesatkan. Terakhir, mengenai Monetisasi dan Pajak, sisi positif edukasi bagi peningkatan budaya masyarakat dalam menggunakan *Youtube* akan membuka peluang meningkatnya pelaku bisnis konten, sehingga akan membantu program pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat sebagaimana amanat dari pembukaan UUD 1945. Masyarakat harus dimotivasi bahwa banyak kreator menghasilkan uang melalui *YouTube* (Jokhanan Kristiyono, 2022). Menurut hukum, kegiatan ini tergolong penghasilan yang wajib dilaporkan dan dikenai pajak berdasarkan aturan perpajakan Indonesia (misalnya, PP No. 55 Tahun 2022 tentang perpajakan ekonomi digital), sehingga masyarakat akan terdata lebih optimal melalui pembuatan NPWP (Hapsari, 2021).

PENUTUP

Peraturan PPh di Indonesia telah mengalami perubahan yang cukup besar. Seiring waktu, banyak perubahan dan penyesuaian dilakukan untuk memenuhi kebutuhan akan sistem perpajakan yang lebih efisien. Dinamika tersebut juga menimbulkan masalah baru, terutama yang berkaitan dengan stabilitas hukum dan kemudahan pelaksanaan administrasi pajak. Dalam konteks profesi digital seperti YouTuber atau konten kreator, sistem perpajakan kini telah mengakomodasi ragam bentuk pendapatan digital, mulai dari iklan melalui *Google AdSense*, kerja sama promosi (*endorsement*), hingga donasi dan layanan berbasis kreativitas lainnya. Pajak penghasilan yang dikenakan terhadap profesi ini dapat berasal dari PPh Pasal 21 atau Pasal 23, bergantung pada karakter penghasilan dan status hubungan kerja. Meskipun regulasi perpajakan Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih adaptif dan terintegrasi dengan perkembangan ekonomi digital, masih terdapat tantangan dalam hal literasi pajak, kepatuhan, dan efektivitas pengawasan. Oleh karena itu, pemenuhan asas kepastian hukum dan keadilan fiskal tetap menjadi fokus utama dalam pelaksanaan sistem perpajakan nasional. Sistem perpajakan saat ini memungkinkan berbagai jenis pendapatan digital untuk profesi digital seperti *YouTuber* atau kreator konten. Ini termasuk iklan di *Google AdSense*, kerja sama promosi (*endorsement*), donasi, dan layanan berbasis kreativitas lainnya.

Berdasarkan pandangan Lawrence bahwa Struktur Hukum mencakup Direktorat Jenderal Pajak yang memiliki kewenangan dalam pemungutan Pajak Penghasilan (PPh). Berbagai sistem pemungutan telah diterapkan, antara lain *self-assessment*, *official assessment*, *semi self-assessment*, dan *withholding system*, yang disesuaikan dengan jenis dan mekanisme pajak yang berlaku. Substansi Hukum mengacu pada isi atau norma hukum yang berlaku. Dalam konteks ini, peraturan perpajakan Indonesia dianggap sudah cukup memadai untuk mengatur penghasilan digital seperti yang diperoleh Para *YouTuber*. Namun, untuk menjawab tantangan pengawasan di era digital, dibutuhkan inovasi sistem seperti penerapan *blockchain* untuk merekam dan memantau aktivitas perpajakan di media sosial secara lebih akurat dan transparan. Sinergitas dibutuhkan antara keduanya untuk mampu menciptakan Budaya Hukum pengguna *YouTube* yang belum memahami atau mengabaikan aspek hukum, seperti pelanggaran hak cipta, pencemaran nama baik dan ujaran kebencian, penyebaran hoaks.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Efendi A'an, Susanti, Dyah Ochtorina dan Sudarsono, 2025, *Penelitian Hukum Doktrinal Dan Nondoktrinal*, Jakarta, Litera.
- Jokhanan Kristiyono, S. T., & Kom, M. M. (2022). *Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di era digital pada Masyarakat Berjejaring*. Prenada Media.

JURNAL

- Akbar, M. H., & ND, M. F. (2020). Mekanisme Pembayaran Royalti Lagu dan Musik Dalam Aplikasi Streaming Musik. *Media of Law and Sharia*, 1(2), 81-94.
- Fitri, W. (2023). Kajian Penerapan Smart Contract Syariah dalam Blockchain: Peluang dan Tantangan. *Jatiswara*, 38(2), 223-232.

- Hestiandari, R. E. E., SE, M., & Hestiandari, S. E. (2023). Tantangan Hukum dalam Pemajakan Penghasilan Digital di Industri Kreatif. *Pro Film Jurnal*, 5(1), 165-182.
- Martiniasih, N., & Saravistha, D. B. 2022. Harmonisasi Kewenangan Bank Indonesia Dan Otoritas Jasa Keuangan Terkait Penerapan Regulatory Sandbox Dalam Inovasi Berbasis Fintech Di Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(8).
- Putra, O., & Fitriani, D. R. (2019). Fenomena internet addiction disorder pada gen z. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 22-26.
- Saravistha, D.B., Wibawa, G.Y.S., Suandika, I.N., Suryana, K.D. (2023). Kebijakan G20 Sebagai Nafas Baru Bagi Lalu Lintas Devisa di Era Crossborderless Dalam Hukum Perdagangan Internasional. *KERTHA WICAKSANA: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*. 17 (1), Pp 15-22. <https://doi.org/10.22225/kw> 17.1.2023.15-22.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1991 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1994 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1991
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)
- Undang-undang (UU) Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2023 Tentang Tarif Pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 21 Atas Penghasilan Sehubungan Dengan Pekerjaan, Jasa, Atau Kegiatan Wajib Pajak Orang Pribadi
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 168 Tahun 2023 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemotongan Pajak Atas Penghasilan Sehubungan Dengan Pekerjaan, Jasa, Atau Kegiatan Orang Pribadi

Tesis/Disertasi

- Benes, S. E. (2020). *Tinjauan Hukum Pelaksanaan Pemungutan Pajak Penghasilan Bagi Pengguna Media Sosial Youtube (Youtuber)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Internet

- Hapsari, I., (2021), *Pemajakan Baru Youtuber, Bergegaslah Lakukan Ini*, Direktorat Jenderal Pajak, diakses pada laman:

<https://www.pajak.go.id/id/artikel/pemajakan-baru-youtuber-bergegaslah-lakukan-ini>.

Noviyanti, (2022), *Migrasi Televisi ke Youtube sebagai Perkembangan Media Teknologi Komunikasi*, diakses dari laman: <https://www.kompasiana.com>, pada tanggal 8 April 2025.

Ohorella, R., (2025), "*Alasan Media Sosial Menjadi Sumber Informasi Terbaik, Simak 6 Faktanya!*", diakses dari laman: <https://www.merdeka.com/amp/teknologi/alasan-media-sosial-menjadi-sumber-informasi>, pada tanggal 7 April 2025.