

LAPORAN SKRIPSI
PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SISTEM
CORETAX DALAM RUANG INTERAKSI DIGITAL: KAJIAN
NETNOGRAFI PADA THREAD, X, DAN TIKTOK



AURELIA CAROLINA GUNAWAN

23.G6.0031

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2026

LAPORAN SKRIPSI
PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SISTEM
CORETAX DALAM RUANG INTERAKSI DIGITAL: KAJIAN
NETNOGRAFI PADA THREAD, X, DAN TIKTOK

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Akuntansi



AURELIA CAROLINA GUNAWAN

23.G6.0031

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2025

ABSTRAK

Ragam reaksi publik di media sosial mencerminkan perbedaan tingkat penerimaan masyarakat terhadap implementasi CoreTax sebagai bagian dari reformasi perpajakan digital di Indonesia. Berdasarkan *Diffusion of Innovation Theory* (DOI), penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif netnografi untuk mengeksplorasi interaksi masyarakat pada *platform* Thread, X, dan TikTok terkait persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap CoreTax. Data diperoleh melalui observasi postingan dan komentar publik dengan tagar terkait CoreTax, kemudian dianalisis secara tematik menggunakan NVivo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi masyarakat di media sosial menjadi saluran utama difusi inovasi, di mana setiap media sosial memiliki pola interaksi yang berbeda. TikTok menonjolkan humor dan dukungan terhadap keunggulan CoreTax, X didominasi kritik dan tuntutan akuntabilitas, sementara Thread berisi keluhan teknis. Resistensi terhadap perubahan dan harapan terhadap kemudahan merupakan bentuk dari persepsi kemudahan dan kepercayaan yang tercermin dalam interaksi publik di media sosial. Berdasarkan DOI, keunggulan relatif muncul sebagai aspek yang diapresiasi dalam adopsi CoreTax, sedangkan kerumitan, kesesuaian, kemampuan diuji coba, dan kemudahan untuk diamati lebih sering dipersepsikan secara negatif.

Kata Kunci: CoreTax, Interaksi Sosial, Netnografi, *Diffusion of Innovation* (DOI), Media Sosial

