“Kapan sih Indonesia bisa maju kayak Negara tetangga? Kenapa sih Indonesia harus punya utang yang banyak ke luar negeri?” pertanyaan ini seringkali terucap dari mulut berbagai golongan masyarakat di Indonesia. Polemik politik yang sering terjadi di negeri ini seringkali membuat masyarakat pesimis terhadap perkembangan Indonesia. Kebanyakan dari kita sudah dibuat malas duluan apabila diajak membahas mau kemana dan akan jadi apa negara ini, terkhususnya para pemuda. Nyatanya harapan Indonesia untuk menjadi negara yang maju itu masih sangat besar.

Demografi penduduk saat ini menunjukkan banyaknya usia produktif (15-64 tahun) di Indonesia, yang akan menjadi harapan sekaligus seseorang yang berharap untuk kemajuan dan keberlangsungan negara ini, Generasi emas katanya. Bagaimana tidak, golongan produktif ini lah yang dibeberapa tahun mendatang akan menjadi tolak punggung APBN Indonesia. Bisa dibayangkan bukan *side effect-*nya apabila generasi emas dibentuk menjadi sedemikian rupa melalui pendidikan yang juga biayanya diperoleh dari APBN. Sumber daya alam di Indonesia akan bisa dikelola dengan baik dan pendapatan perkapita Indonesia akan naik sehingga dapat memperkuat perekonomian negara ini dan akan menjadikan Indonesia negara yang maju dan mandiri.

85% pendapatan negara Indonesia berasal dari pajak, dan lagi-lagi kepatuhan wajib pajaklah yang menjadi persoalan bagi Direktorat Jenderal Pajak yang disebabkan karena rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya sektor perpajakan untuk menunjang keberlangsungan negara ini. Menumbuhkan kesadaran pajak kepada generasi emas ini menjadi momok penting bagi Direktorat Jenderal Pajak agar kedepannya Indonesia mempunyai generasi emas yang sadar pajak. Angka 85% itu tidak akan menjadi angka yang mustahil untuk dipenuhi apabila generasi emas sadar untuk membayar dan melaporkan tanggung jawab perpajakkannya.

Sosial media menjadi wadah yang tepat bagi Direktorat Jenderal Pajak untuk mengedukasi para generasi emas ini. Mayoritas generasi muda di Indonesia sudah *melek teknologi,* jadi sebenarnya bukanlah hal yang sulit bagi Ditjen Pajak untuk mengedukasi melalui sosial media. Terlebih lagi Ditjen Pajak sudah mempunyai lebih dari 82.000 pengikut di Twitter dan lebih dari 73.000 pengikut di jejaring sosial media Instagram. Tetapi bagaimana dan cara mengemasnya lah yang menjadi tantangan bagi Ditjen Pajak agar para generasi muda ini dapat dengan mudah menerima informasi perpajakan yang bisa dibilang rumit dan agak sulit dipahami.

Konten yang menarik menjadi jawaban yang diambil Ditjen Pajak atas permasalahan yang muncul dalam hal mengedukasi generasi muda. Hal-hal yang dekat dan sedang booming di lingkungan generasi muda ini yang diangkat oleh Ditjen Pajak dalam pembuatan konten berupa infografis maupun poster yang selanjutnya disebarkan melalui *platform-platform* sosial media yang dimiliki oleh Ditjen Pajak. Contohnya poster PAS Final yang menggunakan desain film *star wars* dan ajakan untuk melapor SPT Tahunan yang menggunakan desain film *dilan 1990.*

Kesadaran akan pajak ini yang dapat membentuk *mind set* para generasi muda akan pentingnya kontribusi mereka terhadap negara ini, bukan saja hanya tau teoritis perpajakkan. Terlebih lagi kontribusi mereka dalam pembayaran pajak, yang diharapkan akan mengeluarkan Indonesia dari ikatan utang luar negeri dari beberapa tahun yang lalu. Karena sesungguhnya pajak itu berasal dari kita, oleh kita, dan untuk kita, walaupun kita tidak langsung merasakan dampaknya. Kalau tidak dimulai sejak dini maka kapan Indonesia mempunyai generasi emas yang sadar akan pajak?