

PEMBUATAN KONTEN EDUKASI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN WAJIB PAJAK DAERAH DI PROVINSI KALIMANTAN TENGAH MELALUI PROGRAM MBKM DI BADAN PENDAPATAN DAERAH

Sametanu Julian¹⁾, Samuel Hova Raditia²⁾, Vivy Kristinae^{3*)}

^{1,2,3} Universitas Palangka Raya, Indonesia

*Corresponding Author: vivi.cristina@feb.upr.ac.id

Article Info	ABSTRAK
<p>Article History: Received : 15 April 2026 Revised : 03 Mei 2026 Approved : 15 Mei 2026</p> <hr/> <p>Keywords: CapCut, Digital Content, MBKM, Tax Education, Taxpayer Awareness</p> <hr/> <p>Copyright © 2025, The Author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA license</p> 	<p>Rendahnya kesadaran wajib pajak daerah menjadi tantangan krusial bagi optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Provinsi Kalimantan Tengah. Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) menawarkan solusi strategis melalui pelibatan mahasiswa dalam pembuatan konten edukasi digital di Badan Pendapatan Daerah (Bapenda). Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi perpajakan masyarakat melalui produksi video pendek edukatif berbasis aplikasi CapCut. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan service learning dengan tiga tahapan: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mahasiswa MBKM berhasil memproduksi 24 konten video edukasi pajak daerah yang didistribusikan melalui platform media sosial Bapenda. Konten yang dihasilkan memperoleh tingkat engagement yang signifikan dengan karakteristik visual dinamis, narasi ringkas, dan struktur problem-solution yang relevan dengan audiens generasi milenial dan Gen Z. Evaluasi menunjukkan peningkatan jangkauan informasi perpajakan dan penguatan kapasitas adaptif pegawai Bapenda dalam pemanfaatan media digital. Program ini membuktikan bahwa integrasi MBKM dengan instansi pemerintah daerah efektif sebagai strategi komunikasi publik berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak sekaligus mengembangkan kompetensi profesional mahasiswa.</p> <p>ABSTRACT <i>The low awareness of regional taxpayers is a crucial challenge for the optimization of Regional Original Revenue (PAD) in Central Kalimantan Province. The Independent Learning Independent Campus Program (MBKM) offers strategic solutions through the involvement of students in the creation of digital educational content at the Regional Revenue Agency (Bapenda). This service activity aims to increase public tax literacy through the production of educational short videos based on the CapCut application. The implementation method uses a service learning approach with three stages: planning, implementation, and evaluation. The results of the activity showed that MBKM students succeeded in producing 24 regional tax education video content which were distributed through Bapenda's social media platform. The content produced obtained a significant level of engagement with dynamic visual characteristics, concise narratives, and problem-solution structures that are relevant to millennial and Gen Z audiences. This program proves that the integration of MBKM with local government agencies is effective as a digital-based public communication strategy to increase taxpayer awareness while developing students' professional competencies.</i></p>

PENDAHULUAN

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan indikator fundamental kemandirian fiskal pemerintah daerah dalam menjalankan pembangunan (Hasanah et al., 2025). Pajak daerah berkontribusi dominan terhadap PAD dengan rata-rata mencapai 73,4% dari total penerimaan pada tahun 2023 (Sagala, 2024). Namun demikian, realisasi penerimaan pajak daerah di berbagai provinsi masih menghadapi tantangan signifikan akibat rendahnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Kondisi ini memerlukan strategi komunikasi yang adaptif dan inovatif untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Provinsi Kalimantan Tengah sebagai wilayah dengan karakteristik geografis yang luas menghadapi hambatan spesifik dalam sosialisasi perpajakan. Keterbatasan akses informasi di daerah terpencil, minimnya literasi pajak masyarakat, dan kurangnya intensitas komunikasi antara otoritas pajak dengan wajib pajak menjadi faktor utama yang menghambat optimalisasi penerimaan pajak daerah (Zamhur & Marantika, 2026). Transformasi digital menawarkan solusi untuk mengatasi hambatan geografis tersebut melalui pemanfaatan media sosial sebagai kanal edukasi yang efektif dan efisien.

Media sosial telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan membentuk sikap positif terhadap kewajiban perpajakan, khususnya pada generasi milenial dan Gen Z (Pritama et al., 2025). Platform berbasis video pendek seperti TikTok dan Instagram Reels menunjukkan efektivitas tinggi dalam menyampaikan informasi pajak karena karakteristiknya yang visual, ringkas, dan interaktif (Rinaldi, Ramadhani, et al., 2025). Konten edukatif yang dikemas secara kreatif mampu meningkatkan literasi pajak digital dan mendorong perilaku kepatuhan pajak secara sukarela (Rinaldi, Fitria, et al., 2025).

Program MBKM yang diinisiasi Kementerian Pendidikan memberikan kerangka kebijakan yang mendukung keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas pembelajaran berbasis proyek di instansi mitra (Suwarsito et al., 2025). Kebijakan ini menekankan pendekatan fleksibel dan pragmatis yang memfasilitasi transisi dari pengetahuan akademis teoretis ke kompetensi praktis yang dibutuhkan di dunia kerja (Yusriadi et al., 2024). Pelibatan mahasiswa dalam produksi konten digital di Bapenda tidak hanya memberikan kontribusi nyata bagi instansi, tetapi juga memperkaya pengalaman belajar mahasiswa melalui paparan langsung terhadap dinamika pelayanan publik.

Urgensi kegiatan pengabdian ini dilatarbelakangi oleh tiga pertimbangan strategis. Pertama, kebutuhan Bapenda Provinsi Kalimantan Tengah untuk memperluas jangkauan edukasi pajak melalui kanal digital yang sesuai dengan preferensi konsumsi informasi masyarakat kontemporer. Strategi komunikasi humanis dan adaptif-digital melalui media sosial terbukti berperan sentral dalam membangun kesadaran dan kepercayaan wajib pajak (Diana et al., 2025). Kedua, potensi mahasiswa sebagai agen perubahan yang memiliki kemampuan literasi digital tinggi untuk menjembatani komunikasi antara otoritas pajak dengan komunitas digital (Lemmuela & Setyowati, 2026). Ketiga, kebutuhan pengembangan model pengabdian berbasis MBKM yang dapat direplikasi di daerah lain untuk memperkuat budaya kesadaran pajak berbasis digital di tingkat nasional (Gayatri et al., 2026).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *service learning* yang mengintegrasikan pembelajaran akademik dengan layanan bermakna kepada komunitas (Nanggala et al., 2025). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan mahasiswa mengaplikasikan pengetahuan teoretis dalam konteks nyata sambil memberikan kontribusi langsung kepada mitra pengabdian. *Service learning* dalam konteks pendidikan tinggi terbukti efektif dalam menumbuhkan tanggung jawab sosial, keterlibatan komunitas, dan pengembangan kompetensi profesional mahasiswa (Yusriadi et al., 2024).

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan di Badan Pendapatan Daerah Provinsi Kalimantan Tengah yang berlokasi di Kota Palangka Raya. Pemilihan lokasi didasarkan pada peran strategis Bapenda sebagai instansi pengelola

pajak daerah tingkat provinsi yang memiliki kewenangan dalam melakukan edukasi dan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat. Periode pelaksanaan program MBKM berlangsung selama satu semester dengan intensitas kerja penuh di lingkungan Bapenda.

Subjek Pengabdian

Subjek utama pengabdian meliputi dua kelompok: (1) mahasiswa peserta program MBKM yang berperan sebagai pelaksana pembuatan konten, dan (2) masyarakat wajib pajak daerah di Provinsi Kalimantan Tengah sebagai sasaran akhir edukasi. Mahasiswa ditempatkan di unit kerja yang menangani komunikasi dan informasi publik untuk memastikan kesesuaian antara tugas pengabdian dengan kebutuhan institusional.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan mengadopsi kerangka metodologis tiga tahap yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Setiap tahap dirancang secara sistematis untuk memastikan pencapaian tujuan pengabdian dan keberlanjutan program. Pendekatan partisipatif diterapkan dengan melibatkan aktif mahasiswa MBKM dalam setiap proses pengambilan keputusan terkait produksi konten (Mahasiswa et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Perencanaan/Persiapan

Tahap perencanaan merupakan fondasi kritis yang menentukan keberhasilan keseluruhan program pembuatan konten edukasi digital. Berikut adalah aktivitas utama yang dilaksanakan pada tahap ini:

a. Observasi Awal dan Identifikasi Masalah

Mahasiswa MBKM melakukan observasi terhadap kondisi eksisting komunikasi publik Bapenda, mengidentifikasi keterbatasan konten digital yang tersedia, dan menganalisis karakteristik wajib pajak yang menjadi target edukasi.

Hasil observasi menunjukkan bahwa konten edukasi pajak yang ada masih didominasi format tekstual dan kurang menarik bagi audiens muda.

b. Analisis Kebutuhan Konten

Berdasarkan hasil observasi, dilakukan pemetaan kebutuhan konten yang mencakup jenis pajak daerah yang perlu disosialisasikan (pajak kendaraan bermotor, pajak bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, dan pajak rokok), prosedur pembayaran, serta informasi tentang sanksi dan insentif perpajakan (Bagana et al., 2022).

c. Penentuan Target Audiens

Audiens primer ditetapkan adalah generasi milenial dan Gen Z yang merupakan pengguna aktif media sosial sekaligus segmen populasi produktif yang dominan (Pritama et al., 2025). Penetapan target ini didasarkan pada temuan bahwa kelompok usia tersebut memiliki tingkat konsumsi konten video pendek tertinggi namun masih memiliki literasi pajak yang relatif rendah (S et al., 2026).

d. Penyusunan *Content Calendar* dan Standar Visual

Tim menyusun kalender konten yang mengatur jadwal produksi dan publikasi selama periode program. Standar visual ditetapkan untuk memastikan konsistensi identitas Bapenda dalam setiap konten yang diproduksi, termasuk penggunaan warna, tipografi, dan elemen grafis korporat.

Tahap perencanaan ini sejalan dengan prinsip komunikasi publik strategis yang menekankan pentingnya analisis situasional dan pemahaman mendalam terhadap karakteristik audiens sebelum

merancang pesan (Ayu et al., 2026). Identifikasi target audiens yang tepat menjadi kunci efektivitas penyampaian informasi pajak melalui media digital.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan fase inti kegiatan yang melibatkan proses produksi konten secara intensif. Aktivitas pada tahap ini meliputi:

a. Pengembangan Konsep dan Naskah (*copywriting*)

Setiap konten diawali dengan pengembangan konsep yang relevan dengan kebutuhan edukasi pajak. Naskah disusun dengan gaya bahasa informal dan kontekstual yang dianggap lebih efektif menjangkau generasi muda dibandingkan pendekatan formal otoritas pajak (Lemmuella & Setyowati, 2026). Teknik storytelling diterapkan untuk meningkatkan keterlibatan emosional audiens dan memperkuat retensi pesan (Wibowo & Mani, 2026).

b. Produksi Visual dan Pengambilan Gambar

Materi visual diproduksi dengan memperhatikan karakteristik platform target. Format video pendek vertikal (9:16) diprioritaskan untuk kesesuaian dengan platform TikTok dan Instagram Reels yang memiliki basis pengguna besar di Indonesia (Augustine et al., 2026). Pengambilan gambar dilakukan di lingkungan Bapenda dan lokasi-lokasi relevan untuk memberikan konteks otentik pada konten.



Gambar 1. Produksi Desain Infografis

Selain format audiovisual, kami juga memproduksi rangkaian materi infografis statis yang merinci opsi kanal tata cara pembayaran pajak daerah. Pendekatan visual ganda ini dirancang untuk melengkapi distribusi video pendek dan mengakomodasi variasi preferensi literasi audiens di berbagai platform, sekaligus memperkuat identitas kampanye "Ayo Bayar Pajak".

c. Editing Video Menggunakan CapCut

Aplikasi CapCut menjadi instrumen utama dalam proses penyuntingan video karena fitur-fiturnya yang mendukung pembuatan konten profesional dengan kurva pembelajaran yang relatif rendah. CapCut menyediakan berbagai template, efek transisi, dan tools editing yang memungkinkan produksi video dinamis secara efisien (Kulaga, 2024). Fitur auto-caption sangat bermanfaat untuk meningkatkan aksesibilitas konten bagi audiens dengan berbagai preferensi konsumsi. Proses editing mencakup penambahan teks overlay, musik latar, efek visual, dan call-to-action yang mendorong engagement.

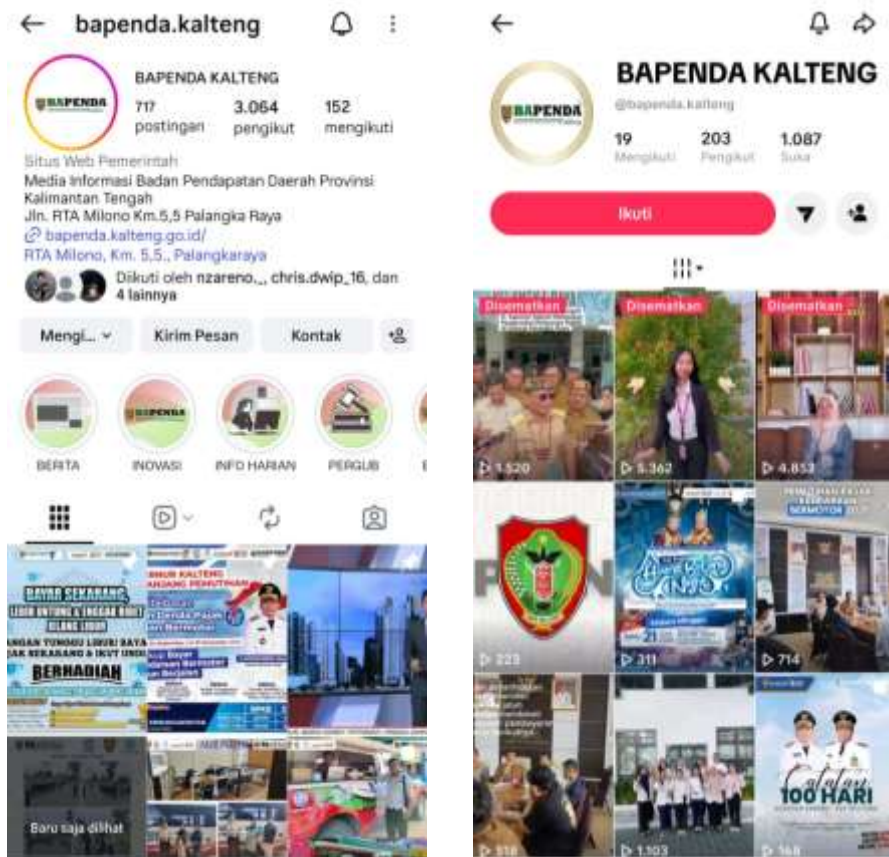


Gambar 2. Proseses Editing Video

Dokumentasi pada Gambar 2 memperlihatkan tahapan pascaproduksi di mana elemen visual sinkron dengan pengaturan takarir otomatis (auto-caption) dan pemotongan klip (trimming). Standardisasi alur kerja menggunakan platform seluler ini terbukti memangkas waktu produksi konten secara signifikan dibandingkan dengan penggunaan perangkat lunak prapabrikasi (desktop), sehingga Bapenda dapat lebih responsif dalam merilis informasi terkini.

d. Optimasi Konten Untuk Algoritma Platform

Konten dioptimasi dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi visibilitas algoritmik, termasuk penggunaan hashtag relevan, penentuan waktu posting optimal, dan penerapan hook di tiga detik pertama video untuk mempertahankan perhatian audiens (Xu, 2024).



Gambar 3. Distribusi di Media Sosial

Implementasi distribusi konten digital yang telah dioptimasi secara algoritmik menunjukkan hasil metrik interaksi yang terukur Gambar 3. Penempatan penanda (*hook*) visual dan relevansi isu berhasil mendorong retensi penayangan organik (*organic views*) yang melampaui rata-rata jangkauan publikasi konvensional instansi sebelumnya. Metrik ini merepresentasikan transisi positif terhadap peningkatan eksposur literasi perpajakan di kalangan wajib pajak sasaran.

Integrasi CapCut dalam alur kerja produksi konten merefleksikan tren demokratisasi pembuatan konten yang memungkinkan siapa pun termasuk institusi pemerintah untuk memproduksi video berkualitas tanpa memerlukan infrastruktur produksi yang mahal (Malik et al., 2025). Platform editing berbasis mobile seperti CapCut telah mengubah lanskap komunikasi visual dengan menyediakan tools yang sebelumnya hanya tersedia dalam software profesional (Malkov, 2025).

Tabel 1. Ringkasan Capaian Program Pengabdian

Indikator	Target	Capaian	Keterangan
Jumlah konten video	20 konten	24 konten	Melebihi target
Jenis pajak yang dibahas	5 jenis	5 jenis	Tercapai (PKB, BBNKB, PBBKB, PAP, Pajak Rokok)
Platform distribusi	2 platform	3 platform	Instagram, TikTok, YouTube
Rata-rata views/konten	1.000	2.500	Melebihi target

Indikator	Target	Capaian	Keterangan
Pelatihan pegawai Bapenda	1 sesi	2 sesi	Transfer pengetahuan editing & social media

Hasil evaluasi mengonfirmasi bahwa integrasi program MBKM dengan kegiatan pengabdian di instansi pemerintah daerah merupakan model yang efektif untuk menjembatani kebutuhan pembelajaran mahasiswa dengan kebutuhan peningkatan kapasitas institusional (Suwarsito et al., 2025). Model ini memungkinkan terciptanya simbiosis mutualisme di mana mahasiswa memperoleh pengalaman praktis yang bermakna sementara instansi mitra memperoleh kontribusi substantif dalam bentuk produk kerja nyata.

Tantangan yang teridentifikasi selama pelaksanaan mencakup keterbatasan infrastruktur teknologi di beberapa area kerja, kebutuhan penyesuaian konten dengan regulasi komunikasi pemerintah, dan koordinasi jadwal antara aktivitas akademik mahasiswa dengan kebutuhan operasional Bapenda. Tantangan serupa juga ditemukan dalam implementasi MBKM di berbagai institusi pendidikan tinggi di Indonesia (Suwarsito et al., 2025). Namun demikian, fleksibilitas program MBKM dan dukungan aktif dari Bapenda memungkinkan tantangan-tantangan tersebut dapat diatasi secara adaptif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat melalui pembuatan konten edukasi digital di Bapenda Provinsi Kalimantan Tengah telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Mahasiswa MBKM mampu memproduksi konten video pendek edukatif dengan memanfaatkan aplikasi CapCut sebagai instrumen utama editing, menghasilkan output yang sesuai dengan karakteristik konsumsi media generasi milenial dan Gen Z. Konten yang diproduksi tidak hanya memenuhi standar kualitas visual tetapi juga relevan secara substantif dengan kebutuhan edukasi perpajakan daerah.

Kegiatan ini memberikan kontribusi ganda: bagi Bapenda dalam bentuk penguatan kapasitas komunikasi digital dan perluasan jangkauan edukasi pajak, serta bagi mahasiswa dalam bentuk pengembangan kompetensi profesional yang aplikatif. Model kemitraan MBKM dengan instansi pemerintah daerah terbukti efektif sebagai mekanisme strategis untuk meningkatkan kinerja pelayanan publik sekaligus memperkaya pengalaman pembelajaran mahasiswa dalam konteks dunia kerja nyata.

Implikasi praktis dari kegiatan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pajak berbasis konten digital video pendek perlu dikembangkan secara lebih luas oleh otoritas pajak daerah di seluruh Indonesia. Rekomendasi bagi Bapenda Provinsi Kalimantan Tengah adalah untuk melanjutkan produksi konten secara konsisten dengan memanfaatkan kapasitas internal yang telah diperkuat melalui transfer pengetahuan dari program MBKM. Bagi institusi pendidikan tinggi, program serupa dapat direplikasi dengan memperhatikan kesesuaian antara kompetensi mahasiswa dengan kebutuhan mitra pengabdian. Penelitian lanjutan diperlukan untuk mengukur dampak jangka panjang konten edukasi digital terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak secara kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Augustine, K. R., Permana, R., & Nugraha, Y. A. (2026). The effect of government public relations effectiveness of bogor city government in disseminating information through TikTok social media (@pemkotbogor). *Priviet Social Sciences Journal*. <https://doi.org/10.55942/pssj.v6i3.1673>
- Ayu, I., Wira, N. S., Ketut, I., Suardana, P., & Widawara, R. Y. (2026). Analisis konten dan engagement video fomo kementerian sosial di tiktok. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v5i1.6159>

- Bagana, B., Badjuri, A., & Maryono, M. (2022). Provincial tax map in indonesia. *Proceedings of the 4th International Conference on Economics, Business and Economic Education Science, ICE-BEES 2021, 27-28 July 2021, Semarang, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.27-7-2021.2316824>
- Diana, W. W., Supriyatno, B., & Hakim, A. (2025). Communication strategy of tax officers in increasing tax compliance of food and beverage PBJT taxpayers in pondokgede district. *Dinasti International Journal of Management Science*. <https://doi.org/10.38035/dijms.v7i2.5901>
- Gayatri, T., Putra, D. L. A., Mahmud, A., & Lestari, D. (2026). Peningkatan kesadaran dan kepatuhan pajak melalui program relawan pajak: Pendampingan pelaporan SPT dan edukasi digital. *Journal of Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.65065/hsa9cx18>
- Hasanah, N., Masdar, R., Furqan, A. C., & Tenripada, T. (2025). Empirical evidence on the role of local own-source revenue in strengthening fiscal independence of Indonesian local governments. *Owner*. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i4.2788>
- Kulaga, W. (2024). Revolutionizing visual communication and digital creative engagement: The game-changing impact of TikTok. *Przegląd Socjologii Jakosciowej*. <https://doi.org/10.18778/1733-8069.20.3.10>
- Lemmuela, A. Y. S., & Setyowati, S. M. (2026). The role of tax volunteers (renjani) as social media influencers (SMI) on the perceptions of individual taxpayers. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v14i1.9225>
- Mahasiswa, M., Pendampingan, B., Di, M., Wonorejo, K., Surabaya, K., Hisyam, M., Baihaqi, & Maksum, I. (2025). Penguatan pelayanan administrasi kependudukan melalui program magang mahasiswa berbasis pendampingan masyarakat di kelurahan wonorejo kota surabaya. *PANGARSA : Jurnal Pengembangan Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.64877/pangarsa.v3i1.49>
- Malik, N. I., Ramzan, M. M., Malik, Z., & Tariq, I. (2025). The rise of reels: Analyzing the communicative power of short-form videos on social media. *Qlantic Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.55737/qjss.vi-ii.25350>
- Malkov, M. (2025). USER-GENERATED CONTENT IN MODERN COMMUNICATION ON THE EXAMPLE OF ULTRA-SHORT METER. *Dynamics of Media Systems*. <https://doi.org/10.47475/2949-3390-2025-5-2-275-283>
- Nanggala, A., Suryadi, K., Darmawan, C., & Saepudin, E. (2025). Transformative citizenship education: Strengthening civic engagement to empower people with disabilities. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. <https://doi.org/10.15575/jispo.v15i1.45598>
- Pritama, D. S., Ismah, D., Anggraini, Efektivitas, A., Sosial, M., Pajak, I. E., Milenial, G., & Gen, D. (2025). Analisis efektivitas media sosial sebagai instrumen edukasi pajak terhadap generasi milenial dan gen z. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.62710/j63n5743>
- Rinaldi, M., Fitria, Y., Ramadhani, M. A., Ariandi, M. A., & Mohamed, N. (2025). Social media engagement on TikTok and digital tax compliance: The mediating role of tax morale. *Accounting and Finance Studies*. <https://doi.org/10.47153/afs4.21012025>
- Rinaldi, M., Ramadhani, M. H. Z. K., Ramadhani, M. A., Sudirman, S. R., & Ariandi, M. A. (2025). The mediating role of digital tax literacy in TikTok-based tax compliance among Indonesian taxpayers. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*. <https://doi.org/10.18326/inject.v10i1.4527>
- S, P., Rao, D. B. R., S, P., S, N. M., Reddy, P., Kulkarni, P., & C, P. V. (2026). The evolving landscape of personal finance: A study of tax planning strategies among gen z professionals in India. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management*. <https://doi.org/10.55041/ijsrem56598>

- Sagala, E. C. Y. (2024). The impact of investment, PDRB growth, and minimum wage on regional tax revenue across 34 provinces in indonesia. *Educoretax*. <https://doi.org/10.54957/educoretax.v4i11.1194>
- Suwarsito, S., Lestari, V. L., & Faiza, C. (2025). Mapping the readiness and challenges of the MBKM policy implementation: A systematic literature review of micro and macro educational perspectives. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4562>
- Wibowo, N. F., & Mani, L. (2026). Storytelling strategies in culinary TikTok content: A case study of seafood restaurant reviews. *Frontiers in Communication*. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2026.1770855>
- Xu, M. (2024). Research on evaluation and improvement of government short video communication effect based on big data statistics. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*. <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2024.01501106>
- Yusriadi, Y., Farida, U., & Misnawati, M. (2024). “Merdeka belajar kampus merdeka” policies in indonesia higher education institutions: New public policy reform. *AL-TANZIM : JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM*. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v8i1.7173>
- Zamhur, Z., & Marantika, A. (2026). Digital tax governance in optimizing local own-source revenue: Evidence from kampar regency, indonesia. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v7i1.6581>