

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami pemaknaan dari perspektif selebgram terkait perilaku *tax avoidance*, serta implementasinya dalam transaksi endorsement terhadap kewajiban perpajakan yang ada. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor yang membentuk pemaknaan perilaku *tax avoidance* pada selebgram, seperti: kebudayaan lingkungan, tingkat pengetahuan, nilai keyakinan, dan arus informasi terkait berbagai regulasi dan kewajiban perpajakan.

Kata Kunci: *Tax Avoidance*, Selebgram, Endorsement.



ABSTRACT

The purpose of this study is to explore and understand the meaning of tax avoidance behavior from social media influencers perspective, as well as its implementation in endorsement transactions against existing tax obligations. This study uses a phenomenological approach. The results of the study indicate that there are various factors that shape the meaning of tax avoidance behavior on the social media influencers, such as: environmental culture, level of knowledge, belief values, and information flow related to various tax regulations and obligations.

Keywords: *Tax Avoidance, Social Media Influencers, Endorsement.*

