

BRIEF KOL – Kampanye Manfaat Pajak Daerah untuk Warga Jakarta (Revisi)

1. Latar Belakang

Sebagai warga Jakarta, kita setiap hari menikmati berbagai kemudahan—mulai dari transportasi publik yang makin terintegrasi, ruang publik yang hidup, fasilitas pendidikan & literasi, hingga layanan kesehatan yang menjangkau warga sampai ke rumah.

Lewat kampanye ini, **Bapenda DKI Jakarta** ingin menunjukkan bahwa semua kemudahan tersebut bukan hadir secara instan, melainkan merupakan hasil gotong royong warga melalui **pajak daerah** yang dikelola dan dikembalikan dalam bentuk program nyata.

Cerita ini akan disampaikan lewat pengalaman personal para KOL, dengan gaya jujur dan dekat dengan keseharian, agar audiens merasa:

“Oh iya ya, ternyata ini tuh dari pajak yang kita bayar.”

2. Tujuan Konten

Konten KOL diharapkan mampu:

1. Membuat audiens **relate & reflektif** terhadap peran pajak dalam kehidupan sehari-hari.
 2. Mengubah topik “pajak” dari yang kaku menjadi **obrolan ringan & relevan**.
 3. Menunjukkan **contoh konkret** pemanfaatan pajak daerah melalui program unggulan Jakarta.
 4. Mendorong interaksi organik (komentar, share, save) lewat cerita dan pertanyaan terbuka.
-

3. Big Idea Konten

“Pajak daerah yang kita bayarkan kembali ke warga lewat program-program yang benar-benar terasa di Jakarta.”

Bukan soal angka.

Bukan soal aturan.

Tapi soal pengalaman hidup sehari-hari sebagai warga Jakarta.

4. Key Message (Disampaikan Implisit, Bukan Dihafalkan)

- Pajak daerah adalah bentuk kontribusi warga yang kembali menjadi **layanan & fasilitas publik**.

! Tidak wajib diucapkan verbatim. Lebih kuat jika tersirat lewat cerita personal.

5. Angle Konten Utama (WAJIB – Berbasis Storytelling)

POV / Experience Pribadi KOL

KOL wajib bercerita dari sudut pandang pribadi, misalnya:

- Aktivitas harian di Jakarta
- Pengalaman menggunakan transportasi umum
- Momen berkegiatan di ruang publik, perpustakaan, atau fasilitas kota
- Pengalaman sebagai pelajar, pekerja, orang tua, atau warga Jakarta secara umum

Contoh pendekatan cerita:

- “Gue baru sadar, ternyata fasilitas ini ada peran pajaknya...”
 - “Dulu nggak kepikiran, tapi sekarang makin kerasa manfaatnya...”
 - “Sebagai warga Jakarta, ini salah satu hal yang gue syukuri...”
-

6. Referensi Program Unggulan Jakarta (SEBAGAI CONTOH MANFAAT PAJAK)

KOL tidak perlu menyebut istilah pajak secara teknis, cukup mengaitkan pengalaman dengan salah satu program berikut:

Contoh Program Unggulan:

- **Gratis TransJakarta, MRT, dan LRT untuk golongan tertentu** → mobilitas harian lebih mudah & inklusif
- **Penambahan rute TransJakarta** → akses transportasi makin luas
- **Layanan kesehatan ke rumah (Pasukan Putih)** → rasa aman & peduli untuk warga
- **Penataan kawasan Blok M & ruang publik kota** → kota lebih hidup & ramah
- **Pembukaan kembali Planetarium Jakarta** → akses edukasi & rekreasi keluarga
- **Transformasi JIS (Jakarta International Stadium)** → kebanggaan & fasilitas olahraga
- **Perpanjangan jam buka perpustakaan hingga malam** → ruang belajar & produktivitas

- **Studio imersif Perpustakaan HB Jassin** → literasi & kreativitas anak muda
- **Daycare & taman anak** → dukungan untuk keluarga muda

👉 KOL cukup memilih **1–2 program** yang paling relevan dengan kehidupannya.

7. Kaitan Pajak Daerah (Disampaikan Secara Halus)

Contoh pengaitan cerita dengan pajak daerah:

- Transportasi publik → Pajak Kendaraan Bermotor (PKB)
- Ruang publik & hiburan kota → Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT)
- Hunian & lingkungan tempat tinggal → PBB-P2
- Layanan dan fasilitas kota → kontribusi pajak daerah secara umum

⚠️ Tidak perlu menyebut jenis pajak secara lengkap bila terasa tidak natural.

8. Arahan Format Konten

Format

- Reels / TikTok (minimal 60 detik) → storytelling ringan + visual aktivitas

Contoh Hook:

- “Ada yang sering pakai fasilitas ini di Jakarta?”
 - “Baru kepikiran soal ini belakangan...”
 - “Hal kecil tapi penting buat gue sebagai warga Jakarta.”
-

9. Soft CTA (WAJIB, Natural)

CTA bersifat reflektif, bukan ajakan membayar pajak.

Contoh:

- “Menurut lo, fasilitas Jakarta apa yang paling sering lo pakai?”
 - “Gue yakin tiap orang punya versi ceritanya sendiri.”
 - “Yuk, lebih aware sama hal-hal kecil yang ternyata berdampak besar.”
-

10. Tone & Gaya Bahasa

- Natural & conversational
 - Jujur, personal, tidak menggurui
 - Menggunakan bahasa khas KOL
 - Positif dan optimis terhadap Jakarta
-

11. Do & Don'ts

DO

- ✓ Cerita asli & relevan
- ✓ Visual Jakarta & aktivitas nyata
- ✓ Bahasa sehari-hari
- ✓ Tampilkan program unggulan secara natural

DON'T

- ✗ Terlalu formal / kaku
 - ✗ Terlihat seperti iklan pemerintah
 - ✗ Menjelaskan teknis pajak
 - ✗ Menggurui atau memaksa
-

12. Mandatory Message (Disampaikan Secara Halus)

- Pajak daerah berkontribusi pada program dan pembangunan Jakarta
- Manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh warga

⚠ Tidak wajib eksplisit dalam satu kalimat.