



Netnografi: Analisis Sentimen Publik Terhadap Kenaikan Tarif Ppn 12%

Nely Ambarsari*, Khansa Abitsha, Ropel Nazra, Ovalia Rukmana

Universitas Bakrie

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis respon dan sentimen masyarakat terhadap kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12% serta implikasinya terhadap legitimasi kebijakan fiskal pemerintah dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode netnografi. Data diperoleh melalui observasi non-partisipan terhadap diskursus publik di media sosial dan forum daring, meliputi platform X (Twitter), Instagram, TikTok, dan Reddit (r/Indonesia), dengan memanfaatkan tagar dan kata kunci yang relevan. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi, kategorisasi sentimen (positif, negatif, dan netral), serta interpretasi dampak sosial dari narasi warganet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sentimen negatif mendominasi respon masyarakat, terutama terkait meningkatnya biaya hidup, tekanan ekonomi terhadap kelas menengah dan pelaku UMKM, persepsi ketidakadilan kebijakan, serta rendahnya kepercayaan terhadap transparansi pengelolaan pajak. Sentimen netral mencerminkan pemahaman atas urgensi fiskal negara namun disertai kritik terhadap komunikasi dan implementasi kebijakan, sedangkan sentimen positif bersifat terbatas dan kondisional, bergantung pada transparansi fiskal, peningkatan layanan publik, dan perlindungan sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa legitimasi kebijakan fiskal tidak hanya ditentukan oleh rasionalitas ekonomi, tetapi juga oleh penerimaan sosial dan tingkat kepercayaan publik.

Kata kunci: Netnografi, Sentimen Public, Kebijakan Pajak, PPN 12%, Media Sosial

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v7i2.3739>

*Correspondence: Nely Ambarsari

Email:

Nelyambarsari28@gmail.com

Received: 23-02-2026

Accepted: 23-03-2026

Published: 23-04-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study analyzes public responses and sentiments toward the policy of increasing the Value Added Tax (VAT) rate to 12% and its implications for the legitimacy of government fiscal policy using a qualitative netnographic approach. Data were collected through non-participant observation of public discourse on social media and online forums, including X (Twitter), Instagram, TikTok, and Reddit (r/Indonesia), using relevant hashtags and keywords. Data analysis involved reduction, sentiment categorization (positive, negative, and neutral), and interpretation of social impacts reflected in online narratives. The findings reveal that negative sentiment dominates public responses, primarily related to rising living costs, economic pressure on the middle class and micro, small, and medium enterprises (MSMEs), perceptions of policy unfairness, and low public trust in tax transparency. Neutral sentiment reflects an understanding of fiscal urgency accompanied by criticism of policy communication and implementation, while positive sentiment is limited and conditional on fiscal transparency, improved public services, and strengthened social protection. The study concludes that fiscal policy legitimacy is influenced not only by economic rationality but also by social acceptance and public trust.

Keywords: Netnography, Public Sentiment, Tax Policy, 12% VAT, Social Media

Pendahuluan

Pajak merupakan sumber pendapatan utama negara yang diperoleh pemerintah, digunakan untuk biaya pembangunan dan pelayanan yang diperuntukan kepada masyarakat. Di Indonesia, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan salah satu jenis pajak yang penting, karena memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan negara. Pemerintah menaikkan tarif PPN menjadi sebesar 12% sebagai Upaya untuk

mengatasi terjadinya tekanan fiskal, meningkatkan pengeluaran belanja kebutuhan negara, dan memastikan bahwa anggaran tetap berjalan lancar.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) terus berusaha meningkatkan penerimaan pajak dengan cara intensifikasi dan ekstensifikasi (Afifah, Paramita & Nurlinda 2019) (Christover 2016) (Huda dan Hernoko 2017) (Sugiyarsih et al, 2021). Salah satu bentuk intensifikasi terbaru adalah dengan adanya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Dalam peraturan tersebut, ada peningkatan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Tarif PPN yang sebelumnya 11% kini dinaikkan menjadi 12% yang berlaku 1 Januari 2025. Tarif PPN ini lebih tinggi dibandingkan Malaysia dan Singapura, yaitu masing-masing 10% dan 9%, namun lebih rendah dibandingkan rata-rata tarif PPN di seluruh dunia (Santoso 2022).

Meskipun demikian, kebijakan fiskal ini tidak hanya memberikan dampak terhadap ekonomi, namun juga menimbulkan berbagai reaksi masyarakat. Kenaikan PPN langsung dirasakan oleh para konsumen melalui peningkatan harga barang dan jasa, sehingga hal ini memicu berbagai reaksi, kritik, dan sentimen emosional di kalangan masyarakat. Di era digital seperti sekarang, respon masyarakat tidak hanya terjadi di dalam forum formal, namun perkembangan media sosial yang sangat luas menjadi ruang publik baru untuk memberikan aspirasi.

Media sosial menjadi wadah yang penting bagi masyarakat untuk memahami kebijakan pemerintah. Kebijakan kenaikan pajak menjadi 12% menimbulkan berbagai respon seperti keluhan, aspirasi, dukungan, bahkan penolakan terlihat dalam percakapan di sosial media secara spontan dan reflektif. Oleh karena itu, untuk menggali sentimen public secara kontekstual, kualitatif, dan berdasarkan pengalaman yang dialami oleh masyarakat, pendekatan netnografi menjadi sangat relevan.

Pajak merupakan salah satu instrument penting untuk membiayai negara dan sebagai bentuk cerminan hubungan kontraktual antara pemerintah dan warga negara. Pajak memiliki fungsi untuk menjaga stabilitas ekonomi dan sebagai distribusi pendapatan (Musgrave, 1989). Kebijakan pajak merupakan salah satu kebijakan publik yang sangat sensitive di negara modern karena sangat berdampak langsung dalam kesejahteraan masyarakat umum.

Dalam *The Wealth of Nations*, dasar legitimasi pajak dibagi menjadi empat prinsip: yaitu keadilan (equity), kepastian (certainty), kemudahan (convenience), dan efisiensi (efficiency) (Smith, 1776). Keengganan publik terhadap kebijakan pajak cenderung meningkat Ketika prinsip-prinsip tersebut dianggap tidak terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa perhitungan teknokratis dan penerimaan sosial keduanya memiliki peran penting terhadap keberhasilan kebijakan fiskal.

Di dalam perspektif teori legitimasi. Legitimasi merupakan persepsi umum bahwa tindakan suatu entitas dianggap layak, dan sesuai dengan norma-norma yang berlaku (Suchman, 1995). Jika kebijakan pajak tidak sejalan dengan keadaan sosial dan ekonomi yang ada di masyarakat, maka bisa terjadi krisis legitimasi, yang muncul melalui beragam bentuk penolakan dan kritik oleh masyarakat.

Dalam ruang publik digital muncul banyak perdebatan terkait dengan kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di Indonesia menjadi 12%. Media sosial telah menjadi

tempat utama di mana masyarakat dapat mengungkapkan opini, emosi, dan persepsi mereka terhadap kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Ruang digital telah berkembang menjadi wadah baru bagi publik untuk mengeluarkan opininya, yang dapat memengaruhi legitimasi kebijakan pemerintah (Castells, 2012).

Sentimen publik di media sosial dapat digunakan sebagai indikator penerimaan kebijakan (Stieglitz & Dang-Xuan, 2013). Tingkatan kepercayaan yang dimiliki masyarakat terhadap pemerintah (fiscal trust) memiliki korelasi positif dengan kepatuhan pajak dan penerimaan perpajakan dalam hal kebijakan fiskal (OECD, 2017).

Namun, penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi respons dan perasaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah dengan meningkatkan PPN di Indonesia menggunakan metode kualitatif netnografi masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih fokus dalam menggunakan metode kuantitatif, seperti stimulasi penerimaan pajak dan dampak makroekonomi. Oleh sebab itu, penelitian ini sangat penting untuk mengeksplorasi perspektif dan narasi publik yang berkembang di ruang digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa reaksi dan sentimen masyarakat kebijakan peningkatan PPN sebesar 12% menggunakan pendekatan netnografi. Penelitian ini juga akan mengaitkan dengan teori legitimasi dan kepercayaan public dalam kebijakan fiskal.

Kajian Teoritis

Kebijakan Publik dan Perpajakan

Serangkaian tindakan yang telah dipilih dan dilaksanakan oleh pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu dalam masyarakat disebut sebagai kebijakan public (Dye, 2017). Kebijakan pajak merupakan instrument yang digunakan oleh negara untuk mengumpulkan sumber daya untuk membiayai pengeluaran public serta mendorong stabilitas ekonomi dalam konteks fiskal.

Sistem perpajakan memiliki tiga fungsi utama yaitu alokasi, distribusi, dan stabilisasi (Musgrave & Musgrave, 1989). Fungsi alokasi berkaitan dengan penyediaan barang publik, fungsi distribusi berfokus pada keadilan sosial, sementara itu fungsi stabilisasi memiliki tujuan menjaga ekonomi makro agar tetap seimbang. Oleh sebab itu, terjadinya perubahan kebijakan pajak seperti peningkatan tarif PPN, memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat dan struktur ekonomi.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebagai Pajak Konsumsi

Pajak Pertambahan Nilai merupakan jenis pajak tidak langsung yang diterapkan saat seseorang membeli barang dan jasa. PPN dianggap sebagai jenis pajak yang efektif karena jangkauannya luas dan relatif sulit dihindari. Namun, karena beban pajak yang lebih besar ditanggung oleh kelompok yang memiliki pendapatan lebih rendah, PPN juga bersifat regresif.

Peningkatan tarif PPN harus disertai dengan kebijakan kompensasi sosial untuk melindungi kelompok yang lebih rentan (OECD, 2020). Tanpa adanya mekanisme mitigasi,

kebijakan PPN memiliki dampak munculnya resistensi sosial dan dapat menurunkan legitimasi fiskal pemerintah.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi didasarkan pada asumsi bahwa lembaga, termasuk pemerintah, harus bekerja sesuai dengan nilai, norma, dan ekspektasi masyarakat agar dapat mempertahankan dukungan sosial (Suchman, 1995). Legitimasi dapat berubah sesuai dengan perubahan sosial dan ekonomi yang terjadi di suatu negara.

Di dalam kebijakan public, legitimasi kebijakan dapat dicapai Ketika masyarakat menganggap kebijakan tersebut bersifat adil, rasional, dan memiliki manfaat. Jika persepsi public dan kebijakan pemerintah memiliki perbedaan, akan muncul krisis legitimasi yang ditandai dengan penolakan, kritik, dan delegitimasi dalam ruang public.

Kepercayaan Publik dan Kepatuhan Pajak (Fiscal Trust)

Kepercayaan publik terhadap pemerintah merupakan hal yang sangat penting dalam keberhasilan kebijakan perpajakan. Kombinasi kekuatan otoritas dan kepercayaan masyarakat memengaruhi kepatuhan (Kirchler, 2007). Tingkat kepercayaan yang tinggi mendorong kepatuhan masyarakat secara sukarela, sementara tingkat kepercayaan masyarakat yang rendah dapat meningkatkan resistensi dan menghindari pembayaran pajak.

Transparansi anggaran, akuntabilitas, dan kualitas layanan merupakan aspek yang sangat penting dalam penumbuhan kepercayaan fiskal (OECD, 2017). Oleh sebab itu, sentimen negative yang diberikan masyarakat terhadap kebijakan pajak seringkali merupakan suatu bukti rendahnya kualitas kepercayaan publik pada pengelolaan keuangan negara.

Sentimen Publik dan Opini di Ruang Digital

Media sosial yang sangat berkembang telah mengubah bagaimana masyarakat memberikan tindakan terhadap kebijakan publik. Ruang digital sekarang telah menjadi wadah utama dimana opini publik dan legitimasi politik terbentuk (Castells, 2012). Media sosial memungkinkan masyarakat untuk menyuarakan pendapat mereka secara langsung, membangun narasi kolektif, dan memberikan dukungan atau menentang kebijakan.

Analisis sentimen di media sosial dapat membantu dalam memahami persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah (Stieglitz & Dang-Xuan, 2013). Pendekatan kualitatif melihat sentimen publik sebagai representasi dari makna, emosi, dan nilai yang ada dalam diskursus publik. Hal tersebut dapat dianggap sebagai hal yang positif dan negative.

Netnografi sebagai Pendekatan Penelitian

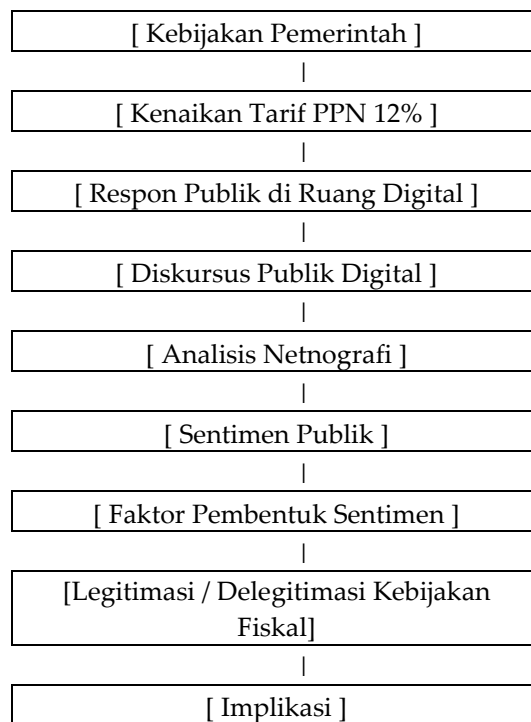
Netnografi merupakan bentuk adaptasi dari metode etnografi yang digunakan untuk meneliti perilaku dan interaksi masyarakat di ruang digital (Kozinets, 2015). Metode

ini memungkinkan peneliti untuk memahami makna sosial, nilai, dan narasi yang berkembang dalam komunitas online.

Netnografi digunakan dalam penelitian kebijakan public untuk menggali sentimen dan respons masyarakat secara alami tanpa intervensi dari peneliti. Metode pendekatan ini dapat digunakan untuk menganalisa kebijakan fiskal karena mampu mengamati perubahan opini public secara kontekstual dan real-time.

Kerangka Pemikiran Penelitian

Penelitian ini memandang kebijakan peningkatan PPN sebesar 12% sebagai dorongan kebijakan yang memicu tanggapan publik di ruang digital. Sentiment publik dan narasi yang dipengaruhi oleh persepsi keadilan, keadaan ekonomi, dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Sentimen publik juga memiliki dampak bagi legitimasi kebijakan fiskal dan penerimaan serta kepatuhan dalam membayar pajak.



Metodologi

Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan metode netnografi. Penelitian ini tidak memiliki tujuan untuk mengukur hubungan kausal secara kualitatif, tetapi untuk lebih memahami makna, persepsi, dan narasi masyarakat tentang bagaimana kebijakan peningkatan PPN sebesar 12%. Oleh sebab itu, pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif memprioritaskan pemahaman secara menyeluruh mengenai fenomena sosial melalui sudut pandang partisipan (Creswell, 2014).

Netnografi merupakan adaptasi etnografi yang digunakan untuk meneliti interaksi dan sosial budaya yang ada dalam ruang digital (Kozinets, 2015). Metode ini sangat

berguna karena kebijakan peningkatan PPN menjadi 12% banyak memunculkan reaksi masyarakat yang diekspresikan melalui forum online dan media sosial.

Objek dan Fokus Penelitian

Objek dalam penelitian ini merupakan respon serta sentimen yang dikeluarkan oleh masyarakat terhadap kebijakan peningkatan tarif PPN menjadi 12%. Penelitian ini berfokus pada:

1. Jenis sentimen publik (positif bersyarat, netral, dan negatif).
2. Berbagai tema dominan yang ada dalam diskursus publik digital.
3. Narasi publik yang menunjukkan legitimasi atau delegitimasi terhadap kebijakan fiskal yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang ada dalam penelitian ini bersumber merupakan data sekunder berupa konten publik di forum daring dan media sosial, yaitu:

- X (Twitter)
- Instagram
- TikTok
- Reddit (r/Indonesia) merupakan forum diskusi online

Data dikumpulkan melalui teknik observasi non-partisipasi dengan melihat dan menjelajahi unggahan, komentar, dan diskusi masyarakat yang secara eksplisit membahas peningkatan PPN menjadi 12%. Dengan mencari kata kunci dan tagar yang tengah trending di media sosial antara lain: #Pajak, #TOLAKPPN12, #PPNNAIK, #PPN12 merupakan beberapa tagar yang ramai digunakan. Relevansi, kejelasan konteks, dan intensitas interaksi merupakan faktor yang digunakan untuk mengumpulkan komentar.

Teknik Analisis Data

Analisis data memiliki tiga tahap, dilakukan secara tematik sebagai berikut:

1. *Open coding*, yaitu proses identifikasi kata kunci, frasa, dan ungkapan yang mencerminkan sentimen atau makna tertentu.
2. *Axial coding*, yaitu mengelompokkan kode ke dalam kategori-kategori sentimen dan tema utama.
3. *Selective coding*, yaitu menggabungkan kategori tersebut ke dalam narasi analitis yang terkait dengan teori legitimasi dan kepercayaan yang dimiliki oleh publik.

Analisis dilakukan secara berulang kali hingga mencapai saturasi data, sampai ditemukan tema baru yang signifikan.

Etika Penelitian

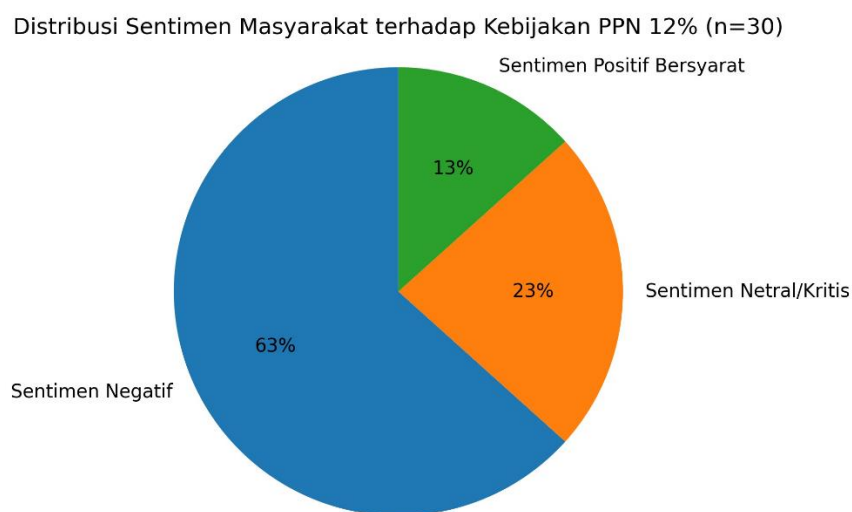
Penelitian ini dilakukan dengan mematuhi prinsip etika yang dimiliki oleh penelitian netnografi. Identitas pengguna disamarkan dan data diperoleh dari ruang public

digital, tidak ada interaksi langsung dengan partisipan. Penelitian ini dilakukan hanya untuk kepentingan akademik dan tidak akan memberikan kerugian terhadap pihak manapun.

Hasil dan Pembahasan

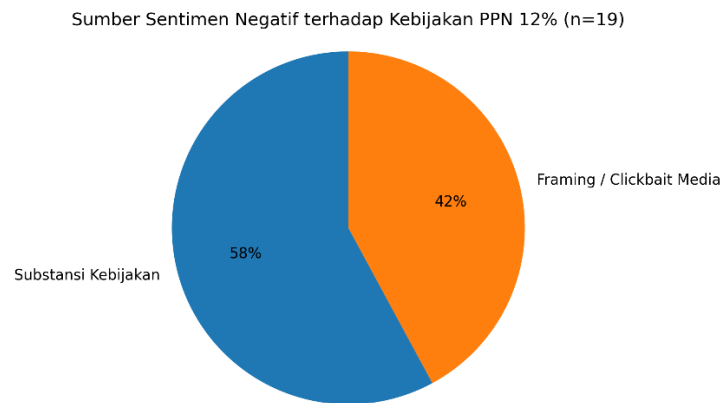
Dengan menggunakan metode netnografi dan pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisa tanggapan dan sentimen yang diberikan masyarakat terhadap kebijakan kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 12%. Data yang disajikan diperoleh melalui ruang publik digital, lebih spesifiknya dari forum diskusi Reddit serta media sosial X (Twitter), TikTok, dan Instagram. Pemilihan beberapa platform ini berdasar pada intensitas diskusi publik yang berkaitan dengan kebijakan fiskal dan karakter pengguna yang sangat beragam.

Pengumpulan data dilakukan secara publik dan identitas pengguna telah disamarkan untuk menjaga etika selama penelitian karena data ini dikumpulkan pada saat isu kenaikan PPN 12% menjadi topik yang sangat hangat dan menjadi trend di ruang digital. Sumber data termasuk komentar, unggahan, dan diskusi publik yang secara eksplisit menyinggung kebijakan PPN 12%.



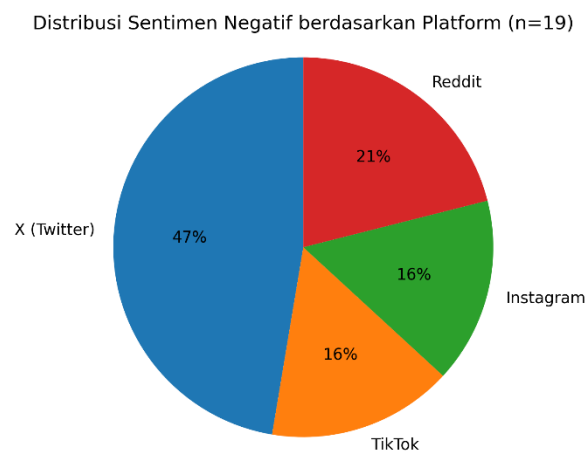
Gambar 1. Distribusi Sentimen Masyarakat terhadap Kebijakan PPN 12%

Gambar menunjukkan bahwa sentimen negatif mendominasi respons masyarakat sebesar 63%, diikuti oleh sentimen netral/kritis sebesar 23% dan sentimen positif bersyarat sebesar 14%. Temuan ini menegaskan bahwa mayoritas diskursus publik di ruang digital cenderung menolak atau mengkritisi kebijakan kenaikan PPN 12%.



Gambar 2. Sumber Sentimen Negatif terhadap Kebijakan PPN 12%

Gambar menunjukkan bahwa sebesar **58% sentimen negatif** dipicu oleh **substansi kebijakan**, terutama terkait beban biaya hidup, inflasi, dan tekanan terhadap kelas menengah serta UMKM. Sementara itu, **42% sentimen negatif lainnya dipengaruhi oleh framing dan clickbait media**, yang menonjolkan narasi provokatif dan emosional sehingga memperkuat persepsi negatif publik. Temuan ini mengindikasikan bahwa keresahan masyarakat tidak sepenuhnya bersumber dari kebijakan itu sendiri, tetapi juga dari cara kebijakan tersebut direpresentasikan di media digital.



Gambar 3. Distribusi Sentimen Negatif terhadap Kebijakan PPN 12% berdasarkan Platform Media Sosial

Platform Media Sosial

Gambar menunjukkan bahwa sentimen negatif paling dominan muncul pada platform **X (Twitter)** sebesar 47%, yang mencerminkan tingginya intensitas ekspresi penolakan dan kritik emosional terhadap kebijakan PPN 12%. Platform **Reddit** menempati posisi kedua (21%) dengan karakter diskusi yang lebih argumentatif dan kritis. Sementara itu, **TikTok dan Instagram** masing-masing menyumbang 16% sentimen negatif, yang umumnya dipengaruhi oleh narasi singkat, visual, dan penguatan framing media. Temuan

ini mengindikasikan bahwa karakter platform turut memengaruhi pola dan intensitas sentimen publik terhadap kebijakan fiskal.

Respon Publik dalam Perspektif Teori Legitimasi

Menurut teori legitimasi (Suchman), kebijakan akan diterima jika dipersepsikan sesuai nilai sosial. Kebijakan publik sangat bergantung pada pengakuan dan penerimaan masyarakat atas otoritas pemerintah. Karena kenaikan PPN sebesar 12%, sentimen negatif mendominasi dan menunjukkan adanya perbedaan legitimasi di antara pemerintah dan masyarakat. Peningkatan tarif pajak bukan hanya satu-satunya alasan penolakan publik, hal tersebut menunjukkan pandangan masyarakat lebih dalam mengenai sistem keuangan negara yang tidak adil dan tidak dapat dipercaya. Ketika masyarakat percaya bahwa kebijakan fiskal tidak sejalan dengan keadaan sosial-ekonomi yang terjadi dan tidak seimbang dengan manfaat yang dirasakan langsung, terjadinya pelemahan terhadap legitimasi pemerintah. Dominasi sentimen negatif menunjukkan adanya kesenjangan legitimasi antara kebijakan fiskal dan persepsi masyarakat. Resistensi publik bukan hanya terhadap tarif PPN, tetapi terhadap makna sosial kebijakan, yaitu apakah kebijakan dianggap adil, empatik, dan berpihak.

Sentimen Publik sebagai Cerminan Kepercayaan Fiskal

Banyaknya sentimen publik yang ada di media sosial dapat dilihat sebagai indikator kepercayaan fiskal (fiscal trust). Kritik masyarakat terhadap transparansi dan akuntabilitas penggunaan pajak menunjukkan bahwa resistensi yang ditimbulkan oleh masyarakat bersifat struktural dibandingkan hanya sekedar emosi belaka. Dalam diskursus netnografi, terlihat bahwa jika pemerintah mampu memperlihatkan komitmen pada tata kelola yang baik, pengurangan anggaran belanja, masyarakat cenderung dapat lebih menerima pajak sebagai suatu kewajiban yang harus dibayarkan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa ada korelasi positif di antara kepatuhan pajak dan tingkat kepercayaan publik kepada institusi negara.

Ruang Digital sebagai Arena Kontestasi Kebijakan

Media sosial dapat berfungsi sebagai wadah untuk berdiskusi dan kontestasi kebijakan publik. Dalam kasus 12%, ruang digital berfungsi sebagai sarana bagi masyarakat untuk mengeluarkan aspirasi mereka, membangun opini kolektif, dan bahkan memobilisasi penolakan. Hal ini menunjukkan bahwa aspirasi dan opini masyarakat di dalam dunia digital dapat memberikan pengaruh besar untuk kebijakan fiskal kontemporer.

Respon netizen menunjukkan bahwa kebijakan PPN 12% tidak hanya dinilai dari sisi ekonomi, tetapi juga dari aspek keadilan, empati pemerintah, dan kepercayaan terhadap pengelolaan pajak. Narasi publik yang berkembang sering kali menjadi kontra-narasi terhadap wacana resmi pemerintah, sehingga ruang digital berfungsi sebagai tempat negosiasi makna dan legitimasi kebijakan. Dengan demikian, ruang digital dapat dipahami sebagai sarana di mana kebijakan fiskal diuji secara sosial. Dominasi sentimen negatif menunjukkan adanya kesenjangan antara rasionalitas teknokratis kebijakan dan persepsi publik, yang berimplikasi pada melemahnya legitimasi kebijakan PPN 12%. Oleh karena

itu, pengelolaan komunikasi kebijakan di ruang digital menjadi krusial bagi keberhasilan dan penerimaan kebijakan fiskal.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian netnografi terhadap 30 komentar publik di ruang digital, ditemukan bahwa sentimen negatif mendominasi respons masyarakat terhadap kebijakan kenaikan PPN 12% sebesar 63%, sementara sentimen netral/kritis sebesar 23% dan sentimen positif bersyarat hanya 14%. Dominasi sentimen negatif paling kuat muncul pada platform X (Twitter) dengan kontribusi 47% dari total sentimen negatif, diikuti oleh Reddit sebesar 21%, serta TikTok dan Instagram masing-masing sebesar 16%, yang menunjukkan bahwa karakter platform turut memengaruhi intensitas dan bentuk ekspresi penolakan publik. Lebih lanjut, analisis sumber sentimen negatif menunjukkan bahwa 58% berasal dari substansi kebijakan, terutama terkait kekhawatiran inflasi, beban biaya hidup, serta tekanan terhadap kelas menengah dan UMKM, sedangkan 42% lainnya dipengaruhi oleh framing dan clickbait media yang memperkuat narasi emosional dan persepsi negatif masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa resistensi publik terhadap kebijakan PPN 12% tidak hanya disebabkan oleh rasionalitas ekonomi, tetapi juga oleh rendahnya kepercayaan publik, lemahnya komunikasi kebijakan, serta konstruksi wacana media digital, sehingga legitimasi kebijakan fiskal sangat bergantung pada transparansi, akuntabilitas, dan penerimaan sosial.

Daftar Pustaka

- Afifah, N., Paramita, M. H., & Nurlinda, K. (2019). Tinjauan pelaksanaan ekstensifikasi dan intensifikasi pajak sebagai upaya peningkatan penerimaan pajak. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, 3(2). <https://doi.org/10.25139/jaap.v3i2.2192>
- Agasie, D., & Zubaedah, R. (2022). Urgensi kenaikan tarif pajak pertambahan nilai berdasarkan asas kepentingan nasional. *Perspektif Hukum*, 215–239. <https://doi.org/10.30649/ph.v22i2.131>
- Alotaibi, K. O. (2021). The impact of applying value added tax (VAT) on corporate sales. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(6). <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.06.002>
- Amaranggana. (2021). Kenaikan PPN 11%, penerimaan negara vs daya beli masyarakat. *Pajakku*. <https://www.pajakku.com/read/61965d634c0e791c3760c06d/Kenaikan-PPN-11-Persen-Penerimaan-Negara-VS-Daya-Beli-Masyarakat>
- Amrin, A., Khairusoalihin, K., & Muthoifin, M. (2021). Tax modernization in Indonesia: Study of Abu Yusuf's thinking on taxation in the book of *Al-Kharaj*. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 23(1), 30–42. <https://doi.org/10.23917/profetika.v23i1.16792>
- Bangsawan, A. A., & Alkam, R. (2023). Implikasi atas kenaikan tarif PPN terhadap orang pribadi dan pengusaha guna optimalisasi penerimaan negara pasca pandemi. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 83–93. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3771>
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Polity Press.

- Christover, A. P. (2016). Pemahaman ekstensifikasi wajib pajak dan intensifikasi pajak terhadap persepsi fiskus tentang penerimaan pajak. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.35794/emba.4.1.2016.12294>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Djufri, D. (2022). Dampak pengenaan PPN 11% terhadap pelaku dunia usaha sesuai UU No. 7 Tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan di Indonesia. *Journal of Social Research*, 1(5), 391–404. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i5.106>
- Huda, M. K., & Hernoko, A. Y. (2017). Tax amnesties in Indonesia and other countries: Opportunities and challenges. *Asian Social Science*, 13(7), 52–61. <https://doi.org/10.5539/ass.v13n7p52>
- Jannah, N. M., & Supadmi, N. L. (2021). The effect of the imposition of value added tax and sales tax on luxury goods for consumer purchasing power. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5.
- Dye, T. R. (2017). *Understanding public policy* (15th ed.). Pearson Education.
- Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge University Press.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. SAGE Publications.
- Larasati, R., & Wibowo, D. (2022). Implementasi kenaikan tarif PPN pasca UU No. 7 Tahun 2021 pada pengusaha kena pajak di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(12).
- Liyana, N. F. (2021). Menelaah rencana kenaikan tarif PPN berdasarkan bukti empiris serta dampaknya secara makro ekonomi. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 5(2), 124–135. <https://doi.org/10.31092/jpi.v5i2.1394>
- Musgrave, R. A., & Musgrave, P. B. (1989). *Public finance in theory and practice* (5th ed.). McGraw-Hill.
- OECD. (2017). *Tax morale: What drives people and businesses to pay tax?* OECD Publishing.
- OECD. (2020). *Consumption tax trends 2020: VAT/GST and excise rates, trends and policy issues*. OECD Publishing.
- Pike, R., Lewis, M., & Turner, D. (2009). Impact of VAT reduction on the consumer price indices. *Economic & Labour Market Review*, 3, 17–21. <https://doi.org/10.1057/elmr.2009.139>
- Putri, V. G., & Subandoro, A. (2022). Analisis pengaruh kenaikan tarif PPN 11% terhadap penjualan pada PT X. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(1), 54–58. <https://doi.org/10.46306/rev.v3i1.95>
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan: Teori & kasus* (10th ed.). Salemba Empat.
- Safonova, M. F., et al. (2016). Taxes harmonization features in the European Union countries. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(8), 154–159.
- Santoso, Y. I. (2022). Tarif PPN 11% per April 2022, lebih tinggi dari Malaysia dan Singapura. *DDTC*. <https://news.ddtc.co.id/tarif-ppn-11-per-april-2022-lebih-tinggi-dari-malaysia-dan-singapura-37982>

- Sapiei, N. S., & Kasipillai, J. (2013). Impacts of the self-assessment system for corporate taxpayers. *American Journal of Economics*, 3(2), 75–81. <https://doi.org/10.5923/j.economics.20130302.03>
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. W. Strahan and T. Cadell.
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2013). Emotions and information diffusion in social media—Sentiment of microblogs and sharing behavior. *Journal of Management Information Systems*, 29(4), 217–248. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222290408>
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Sugiyarsih, S., Larasati, E., Suwitri, S., & Ngatno, N. (2021). Extensification to increase the number of personal taxpayers in tax office Pratama Cirebon. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(4), 9736–9751. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.2996>
- Tait, A. A. (1988). *Value added tax: International practice and problems*. International Monetary Fund.
- Thomas, A. (2022). Reassessing the regressivity of the VAT. *Fiscal Studies*, 43(1), 23–38.
- Wildan, M. (2021). Ini negara dengan tarif PPN/GST tertinggi di tiap kawasan. *DDTC*. <https://news.ddtc.co.id/ini-negara-dengan-tarif-ppn-gst-tertinggi-di-tiap-kawasan-30442>