

Analisis Naratif Ketidakpuasan Publik Terhadap Kebijakan Pajak 12% di Media Sosial X/Twitter

Helmi Shemi

Universitas Paramadina, Indonesia

Email: helmi.shemi@students.paramadina.ac.id

ABSTRAK

Kata kunci:

PPN 12%, narasi
tandingan, media
sosial, paradigma
naratif, koherensi,
kesetiaan.

Kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 11% menjadi 12% yang diumumkan menjelang akhir tahun 2024 memicu gelombang kritik dan ketidakpuasan publik, khususnya di media sosial X/Twitter. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis narasi kontra yang berkembang sebagai bentuk ekspresi publik terhadap kebijakan tersebut. Dengan menggunakan paradigma naratif Walter Fisher, penelitian ini mengevaluasi elemen koherensi dan fidelitas dalam narasi yang beredar, serta mengidentifikasi simbol, tema, dan pola komunikasi yang dominan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif interpretif dengan metode analisis naratif berbasis data primer dari unggahan media sosial dan data sekunder dari laporan media. Hasil analisis menunjukkan bahwa narasi kontra mengalami eskalasi dari keluhan individual menuju kritik kolektif yang terstruktur, ditandai dengan viralitas unggahan, penggunaan tagar seperti #TolakPPN12, dan kritik terhadap prioritas anggaran pemerintah. Pemerintah merespons dengan membangun narasi pro melalui buzzer dan pernyataan resmi, namun narasi ini dinilai kurang koheren dan gagal meraih fidelitas publik akibat inkonsistensi pesan antaraktor politik. Paradigma naratif Fisher membuktikan bahwa narasi yang memiliki daya emosional dan selaras dengan nilai publik lebih efektif dalam membentuk opini. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi kebijakan yang berbasis pada narasi publik yang otentik dan konsisten untuk membangun legitimasi di era digital.

Abstract

The policy of increasing the Value Added Tax (VAT) from 11% to 12% announced towards the end of 2024 has triggered a wave of public criticism and dissatisfaction, especially on social media X/Twitter. This research aims to analyze the counter narrative that develops as a form of public expression of these policies. Using Walter Fisher's narrative paradigm, this study evaluates the elements of coherence and fidelity in the circulating narrative, as well as identifies the dominant symbols, themes, and communication patterns. The approach used is qualitative interpretive with a narrative analysis method based on primary data from social media uploads and secondary data from media reports. The results of the analysis show that the counter narrative has escalated from individual complaints to structured collective criticism, characterized by the virality of uploads, the use of hashtags such as #TolakPPN12, and criticism of

Keywords:

12% VAT, counter
narratives, social
media, narrative
paradigm, coherence,
fidelity.

government budget priorities. The government responded by building a pro-buzzer narrative through buzzers and official statements, but this narrative was considered incoherent and failed to achieve public fidelity due to inconsistency in messages between political actors. Fisher's narrative paradigm proves that narratives that have emotional power and are in harmony with public values are more effective in shaping opinions. This research emphasizes the importance of policy communication strategies based on authentic and consistent public narratives to build legitimacy in the digital age.

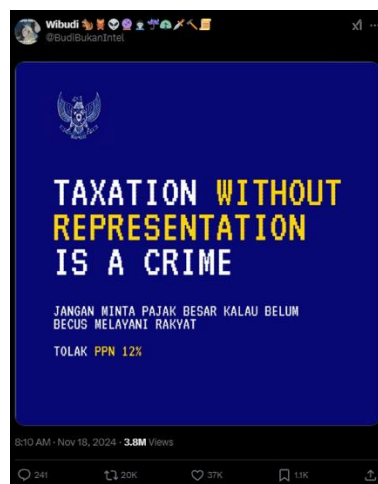
Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](#).

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.

PENDAHULUAN

Usai tahun politik selesai dan terbentuknya pemerintah baru, Indonesia dihadapkan oleh polemik terkait rencana kenaikan PPN dari 11% menjadi 12%. Isu tersebut terjadi dalam rentang waktu November hingga Desember 2024 (Ayuningrum et al., 2023; Julito & Ramadani, 2024; Larasati & Wibowo, 2022; Liyana, 2021; Natalia & Fajriana, 2023; Siahaan, 2023). Maraknya polemik ini bermula ketika Menteri Keuangan Sri Mulyani rapat dengan Dewan Perwakilan Rakyat di Gedung DPR, Senayan pada 14 November 2024. Pada rapat itu, Sri Mulyani membuka pembicaraan bahwa pada 1 Januari PPN akan bertambah 1% menjadi 12%. Disaat yang sama saalh seorang anggota DPR mempertanyakannya bahwa dewasa ini rakyat sedang mengalami penurunan daya beli dan dikhawatirkan kenaikan PPN tersebut malah ‘menghujani’ ekonomi rakyat.

Kemudian, kontra-narasi tidak dapat dihindarkan berujung pada debat politik yang panjang. Sebab, baik dari masyarakat, pengusaha, dan pemimpin agama mayoritas memberikan kritikan kepada kebijakan tersebut. Berdasarkan data penelusuran yang dilakukan peneliti, dengan contoh ketidakpuasan warganet di media sosial X/Twitter melalui akun @BudiBukanIntel. Akun ini memposting sebuah cuitan dengan meletakkan lambang garuda berwarna biru yang kemudian diberi tulisan “*Taxation Without Representation is a Crime*” pada tanggal 8 November 2024 pukul 08.10 dengan 241 komen. Cuitan tersebut juga mendapat 20.000 retweet, 37.000 like, dan 1.100 penyimpanan.

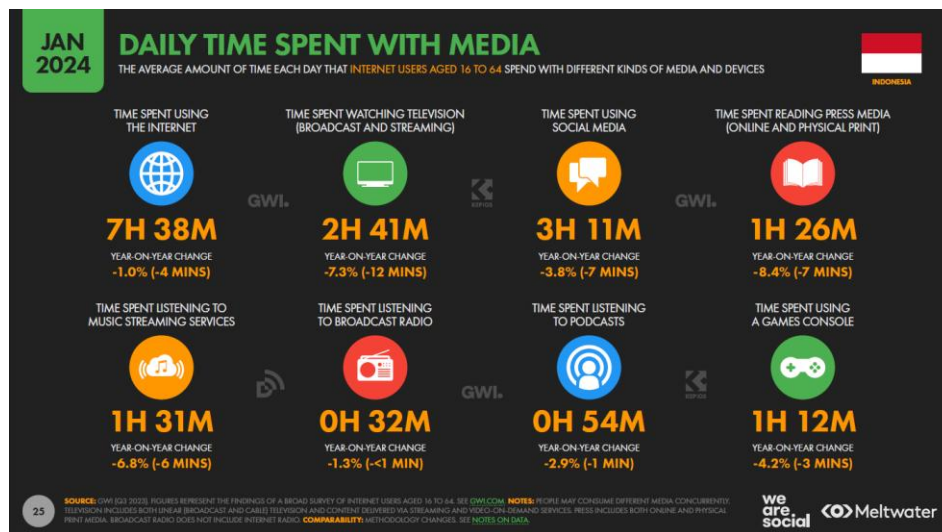


Gambar 1. Contoh Narasi Kontra/Ketidakpuasan Publik Terhadap PPN 12% di X/Twitter

Tidak hanya itu, seperti tidak memiliki persiapan waktu yang matang sejak narasi kebijakan PPN 12% ditentukan sejak 14 November itu, pemerintah seakan terus memberikan komentar atau klarifikasi (Djufri, 2022; Faisol & Norsain, 2023; Julian & Suhendra, 2023; Maulinda, 2022; Rita & Astuty, 2023; Tarmizi, 2023). Misalnya, Ketua Dewan Ekonomi Nasional Luhut Binsar Pandjaitan menyatakan bahwa kebijakan PPN 12% seharusnya akan menunggu waktu yang tepat dan meminta diundur. Selain itu pada awalnya, pemerintah mengatakan akan mengenakan kebijakan tersebut ke semua barang dan jasa, kemudian direvisi hanya dikenakan untuk barang mewah. Pada akhirnya, menjelang pergantian tahun menuju 2025, atau lebih tepatnya 31 Desember 2024 di kantor Kementerian Keuangan, sejumlah pejabat seperti Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati dan Presiden RI Prabowo Subianto menyatakan bahwa kebijakan PPN 12% hanya diberikan pada barang mewah seperti yacht, kapal, dan lainnya. Sementara barang dan jasa lain tetap 11%. Namun keputusan tersebut lantas tidak luput dari “rujukan” warganet yang masih mempertanyakan substansi pajak 11% karena adanya pasal yang tidak jelas.

Pemerintah juga tampaknya memberikan “balasan” kontra-narasi warganet dengan memberikan berbagai jawaban dan narasi positif terkait pajak. Salah satunya adalah narasi bahwa pajak 12% demi pembangunan negara yang lebih baik dan demi keberhasilan program-program yang sudah dipatok dalam APBN. Pemerintah juga disinyalir menggerakkan pendegung/buzzer untuk membangun narasi positif soal pajak. Namun hal justru ini membuat warganet semakin marah kepada pemerintah karena pemerintah ini memang punya anggaran tentang influencer sendiri.

Salah satu dasar pertentangan warganet ialah karena turunnya daya beli masyarakat sehingga deflasi 5 bulan berturut sejak Mei – September 2024 menurut data Badan Pusat Statistik (BPS). Perang narasi media sosial juga merupakan dampak dari media sosial yang seolah makin memengaruhi opini publik. Sebab, sesuai dengan laporan Digital Indonesia 2024 oleh We Are Social menggambarkan kondisi digital Indonesia pada kuartal III tahun 2023 yang mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 185,3 juta orang atau 66,5% dari jumlah populasi, dengan rata-rata waktu 7 jam 38 menit per hari masyarakat berinternet, di mana sebagian besar mencari tahu informasi atau sebanyak 83%. Sementara berdasarkan survei penyampaian narasi yang mengalami perang dari Media bersama Creativox mencatatkan bahwa 87% pengguna internet muda mengatakan bahwa media sosial adalah tempat yang tepat untuk menyampaikan diskusi isu-isu sosial.



Gambar 2. Laporan We Are Social Digital 2024 Indonesia

Di platform X/Twitter, narasi kontra berkembang melalui kritik tajam, meme, dan unggahan viral yang merefleksikan ketidakpuasan masyarakat terhadap pengelolaan anggaran negara. Kritik terhadap Kepolisian Indonesia, pembangunan Ibu Kota Negara (IKN), serta program makan siang gratis yang terus berubah-ubah merupakan contoh ekspresi narasi kontra yang banyak dibahas di media sosial. Dengan demikian, narasi kontra terhadap kebijakan ini diperkuat oleh kritik masyarakat mengenai penggunaan pajak yang dinilai kurang tepat, dengan mengidentifikasi sejumlah program pemerintah yang dianggap tidak relevan dengan kebutuhan mendesak masyarakat.

Oleh karena itu, peneliti berusaha mendeskripsikan isu kebijakan PPN 12% dengan menggunakan teori Paradigma Naratif dari Walter Fisher. Paradigma naratif yang dikembangkan oleh Fisher menyatakan bahwa manusia secara alami adalah Homo Narrans. Narasi dinilai melalui dua elemen penting: koherensi dan fidelitas. Dengan merujuk pada paradigma ini, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana narasi mengenai kebijakan PPN 12% terbentuk di platform media sosial. Penelitian ini juga bertujuan untuk memetakan simbol, tema, dan pola komunikasi untuk mengidentifikasi keberatan masyarakat sejak pengumuman awal hingga artikulasi kebijakan di akhir tahun 2024. Dengan demikian, penelitian ini memiliki dua tujuan utama: pertama, memberikan kontribusi akademis dengan memperkaya literatur teori naratif; kedua, memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat mendorong pemerintah untuk merancang komunikasi politik yang lebih efektif.

Paradigma Naratif Walter Fisher Sebagai Landasan Teori Utama

Paradigma naratif yang diperkenalkan oleh Walter Fisher menawarkan pendekatan baru dalam memahami komunikasi manusia. Dalam pandangannya, "Manusia adalah pendongeng alami yang mengevaluasi komunikasi berdasarkan konsistensi / koherensi dan kesetiaan/fidelitas," Fisher menyimpulkan bahwa manusia lebih menerima informasi melalui cerita ketimbang hanya melalui logika formal. Pendekatan ini menggantikan paradigma Rasionalitas Dunia yang umumnya diterima, yang lebih menekankan pada

argumentasi logis. Sebaliknya, paradigma naratif bersifat lebih humanistik, di mana cerita dinilai berdasarkan dua prinsip utama: konsistensi dan kesetiaan.

Koherensi, sebagai prinsip pertama, mengacu pada konsistensi internal suatu cerita. Sebuah cerita dianggap koheren jika alur, karakter, dan semua detailnya tampak logis dan saling terhubung. Jika suatu cerita terdengar bertentangan dengan apa yang dianggap masuk akal, maka akan sulit bagi pendengar untuk menerimanya. Diskusi di kolom komentar media sosial merupakan contoh nyata yang dapat digunakan untuk menguji konsistensi ini.

Fidelitas, sebagai prinsip kedua, mengacu pada sejauh mana suatu cerita selaras dengan nilai, pengalaman, dan keyakinan penonton. Sebuah cerita ideal seharusnya dinilai berdasarkan dampaknya terhadap pemirsanya, apakah cerita tersebut benar-benar "mencolok" hingga membuat mereka terjaga atau sebaliknya, menenangkan. Contoh serupa dapat dilihat dalam pembahasan mengenai PPN 12%, di mana para pembuat cerita di media sosial seringkali berusaha menggunakan fakta-fakta konkret yang berkaitan dengan prinsip mereka.

Fisher berpendapat bahwa "rasionalitas cerita lebih demokratis daripada rasionalitas yang lazim karena membiarkan pendaur ulang ide dan terbukanya cerita menuntut keterlibatan dari penontonnya." Saya sepenuhnya setuju dengan pernyataan ini, karena Fisher menekankan pentingnya keterbukaan pikiran dan partisipasi aktif dari kedua mitra komunikasi. Ujian ini memungkinkan penonton untuk menentukan langkah mereka sendiri, menjadikannya suatu proses yang sederhana dan mudah.

Keterkaitan antara paradigma naratif dan media sosial serta dinamika narasi sangat jelas, mengingat rasionalitas cerita dapat diamati secara langsung pada tingkat pengguna. Fisher juga mencatat ada lima asumsi dasar yang mendasari paradigma naratif ini, yang berakar pada prinsip-prinsip fisika.

Ada lima asumsi dalam paradigma narasi yang dikemukakan oleh Fisher. Pertama, manusia adalah makhluk pencerita; Kedua, pengambilan keputusan tidak hanya didasarkan pada logika formal, tetapi juga melibatkan penilaian yang rasional; Ketiga, alasan di balik keputusan tersebut dipengaruhi oleh sejarah, biografi, budaya, dan kepribadian individu; Keempat, rasionalisasi didasarkan pada konsistensi dan kebenaran kisah; Kelima, dunia dipahami sebagai kumpulan narasi yang seringkali bertentangan. Oleh karena itu, manusia tidak hanya harus memilih narasi yang diperlukan, tetapi juga yang paling sesuai dengan kebutuhan pribadi mereka.

Analisis kritis terhadap dua penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan pendekatan dalam mengkaji fenomena politik uang dalam konteks pemilu. Penelitian oleh Antonius Saragintan dan Syahrul Hidayat (2020) mengungkapkan bahwa politik uang dalam pemilu di Indonesia sering melibatkan organisasi kemasyarakatan Islam, namun tidak menggali lebih jauh mengenai dampak media sosial terhadap penguatan atau pelemahan opini publik mengenai politik uang. Penelitian lain oleh Perdomo dan Burcher (2020) memfokuskan pada globalisasi politik uang di negara-negara demokrasi, namun tidak mempertimbangkan aspek lokal dan kultural yang memengaruhi bagaimana masyarakat menerima dan mengolah narasi politik uang dalam ruang digital, seperti di media sosial Indonesia. Penelitian ini mengisi gap tersebut dengan mengadopsi paradigma naratif Walter

Fisher untuk mengkaji dinamika narasi terkait kebijakan PPN 12% di media sosial Indonesia. Penelitian ini tidak hanya melihat perbedaan antara narasi pemerintah dan kontra-narasi masyarakat, tetapi juga menganalisis koherensi dan fidelitas dalam narasi politik yang berkembang di platform media sosial seperti Twitter.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis narasi terkait kebijakan PPN 12% yang berkembang di media sosial Indonesia, serta memetakan simbol, tema, dan pola komunikasi yang muncul selama kontroversi tersebut. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai pengaruh media sosial dalam pembentukan opini publik terkait kebijakan pemerintah dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi politik pemerintah dalam merespons kritik publik.

METODE

Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif interpretif, yang digabungkan dengan metode analisis naratif dan paradigma naratif Walter Fisher. Pendekatan ini membantu peneliti memahami interaksi serta hubungan yang koheren dan tidak bertentangan. Penelitian deskriptif kualitatif ini dilakukan berdasarkan narasi-narasi publik di media sosial X/Twitter, dengan menggunakan pola-pola dari Walter Fisher.

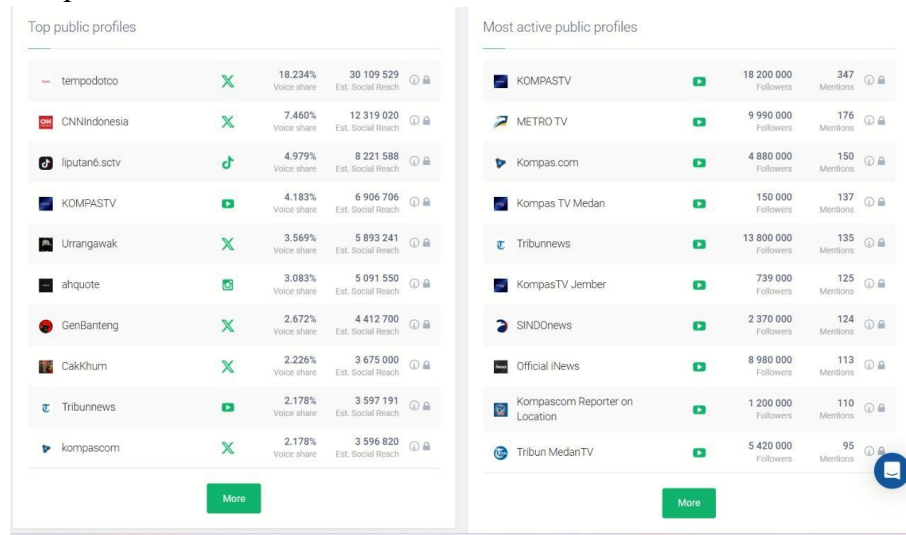
1. Desain Penelitian: Penelitian bersifat deskriptif-kualitatif dengan fokus pada analisis mendalam akan narasi-narasi yang berkembang media sosial di X/Twitter. Adapun narasi-narasi tersebut ditekankan pada elemen koherensi dan fidelitas yang digagas Fisher.
2. Sumber Data: Data primer didapat dari unggahan di media sosial X/Twitter terkait narasi yang mengkritik PPN 12%. Sementara data sekunder mencakup laporan seperti berita media online, artikel terkait, dan referensi akademis.
3. Teknik Pengumpulan Data:
 - a. *Scraping* data dari platform X untuk periode November hingga Desember 2024.
 - b. Dokumentasi unggahan viral dan meme yang mencerminkan narasi kontra dan pro.
 - c. Analisis peneliti berdasarkan hasil Brand24 menunjukkan banyak terdapat narasi ketidakpuasan/kritik masyarakat terhadap PPN 12%. Narasi tersebut didominasi oleh pertanyaan soal pemanfaatan pajak.

Aplikasi Brand24 untuk mengidentifikasi volume diskusi dan perkembangan narasi terkait kebijakan PPN 12% di media sosial. Dengan memberikan batasan pada platform X/Twitter, Brand24 menemukan bahwa kata kunci “PPN 12%” memiliki tagar yang signifikan, seperti #ppn12persen (3.409 mention) dan #tolakppn12 (368 mention). Selain itu, hasil analisis Brand24 menunjukkan bahwa Tempo.co dan CNN Indonesia menjadi enabler terbesar dalam diskursus ini, dengan *voice share* masing-masing sebesar 18,234% dan 7,460%, serta estimasi jangkauan sosial (*Social Reach*) masing-masing 30.109.529 dan 12.319.020.

Di luar media, akun individual seperti Urrangawak, GenBanteng, dan CakKhum juga menunjukkan kontribusi signifikan dalam membentuk narasi publik, dengan *voice share* dan estimasi jangkauan sosial yang tinggi:

- a. Urrangawak: *Voice share* 3,569% dan estimasi jangkauan sosial 5.892.241.
- b. GenBanteng: *Voice share* 2,672% dan estimasi jangkauan sosial 4.412.700.
- c. CakKhum: *Voice share* 2,178% dan estimasi jangkauan sosial 3.675.000.

Data ini memberikan gambaran awal tentang aktor utama dan tingkat viralitas narasi kontra terhadap PPN 12%.



Gambar 3. Laporan Aplikasi Brand24 terkait kata kunci PPN 12%

4. Metode Analisis Data: Analisis naratif digunakan untuk mengevaluasi elemen koherensi dan fidelitas dari narasi yang dikumpulkan. Analisis ini dapat dilakukan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut: 1) mengidentifikasi tema dan simbol utama dalam narasi, 2) mengevaluasi konsistensi internal masing-masing cerita, serta 3) mempertimbangkan relevansi cerita itu dan nilai-nilai dan pengalaman masyarakat.
5. Batasan Penelitian: Penelitian ini dibatasi pada platform sebagai sumber utama data. Lebih jauh, fokus penelitian hanya terbatas pada narasi unggahan berita viral dengan syarat sebagai berikut: minimal 10,000 like, 2,500 retweet/quote retweet, dan 100 komentar; serta periode penelitian: 1 November hingga 30 Desember 2024.

Ini berarti bahwa hasil penelitian mungkin tidak dapat mewakili narasi yang juga berkembang di media sosial X lainnya seperti Facebook, YouTube, Instagram, atau TikTok. Dengan cara ini, penulis menyarankan bahwa penelitian ini akan menyajikan gambaran yang jelas tentang bagaimana narasi publik terbentuk dan berkembang dalam konteks kebijakan PPN 12%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Paradigma naratif Walter Fisher, menyebut manusia sebagai "homo narrans," yang berarti bahwa manusia memahami dan mengevaluasi dunia dengan cerita, bukan dengan logika formal atau fakta empiris. Mengingat adanya kebijakan kenaikan PPN hingga 12%, kontra-naratif yang terungkap terhadap X/Twitter di media sosial mencerminkan upaya masyarakat untuk mengekspresikan ketidakpuasan mereka secara naratif yang konsisten dan dapat diandalkan.

Narasi Periode Awal (1–13 November 2024)

Pada periode ini, narasi kontra terhadap kebijakan PPN mulai muncul namun bersifat sporadis dan belum viral. Kritik masyarakat umumnya berkisar pada kekhawatiran awal terhadap dampak kebijakan pada daya beli dan keberlanjutan ekonomi.

Koherensi Narasi

- a. Konsistensi Internal: Narasi pada periode ini cenderung kurang terstruktur. Sebagian besar unggahan menyampaikan kritik secara umum, seperti “PPN 12% akan menambah beban hidup rakyat,” tanpa menyertakan data konkret atau argumen yang terperinci.
- b. Keselarasan Karakter: Karakter narasi pada periode ini lebih banyak berbentuk keresahan individual daripada kritik kolektif. Misalnya, beberapa unggahan mengeluhkan pengeluaran pribadi yang meningkat akibat kebijakan tersebut, tanpa menyertakan analisis dampak lebih luas.

Fidelitas Narasi

- a. Relevansi Moral: Meskipun sederhana, narasi pada periode ini memiliki fidelitas yang cukup karena mencerminkan kekhawatiran nyata masyarakat terhadap daya beli mereka. Kritik ini relevan dengan pengalaman publik, terutama di tengah situasi ekonomi yang menantang.

Narasi Viral (14 November – 30 Desember 2024)

Pada periode ini, narasi kontra mulai terstruktur dan viral, dengan karakteristik yang lebih kuat dalam elemen koherensi dan fidelitas. Hal ini dipicu oleh pemberitaan hasil rapat Menteri Keuangan Sri Mulyani bersama Komisi XI DPR RI pada 14 November 2024, di mana kebijakan kenaikan PPN menjadi 12% dinyatakan akan tetap dilaksanakan.

Koherensi Narasi

- a. Struktur yang Jelas: Narasi pada periode ini mulai menggunakan data konkret dan visualisasi untuk mendukung kritik mereka. Contohnya, unggahan dari akun *Trend Asia* yang menyertakan grafik dampak kenaikan PPN pada berbagai kelompok ekonomi (miskin, rentan miskin, dan menengah).
- b. Konsistensi Narasi: Kritik tidak hanya diarahkan pada kebijakan PPN itu sendiri tetapi juga pada tata kelola pemerintah secara keseluruhan. Misalnya, narasi seperti “PPN 12% untuk bayar buzzer?” menyoroti ketidakpuasan publik terhadap prioritas anggaran pemerintah.
- c. Penguatan Melalui Tagar: Tagar seperti #TolakPPN12% dan #PPNMencekik menjadi simbol kolektif yang memperkuat koherensi narasi.

Fidelitas Narasi

- a. Relevansi dengan Pengalaman Publik: Narasi yang viral mencerminkan pengalaman nyata masyarakat, seperti dampak kenaikan PPN pada harga barang kebutuhan pokok

- atau pengeluaran rumah tangga. Unggahan seperti “Rp360.000 untuk pajak, apa manfaatnya untuk rakyat?” memperkuat relevansi moral narasi.
- b. Keselarasan dengan Nilai Kolektif: Kritik terhadap kebijakan ini selaras dengan nilai-nilai keadilan sosial yang dijunjung oleh masyarakat, terutama terkait perlindungan daya beli kelompok rentan.

Tabel 1. Komparasi Narasi pada Periode Awal dan Periode Viral

Aspek	Periode 1–13 November		Periode 14 November–30 Desember
Koherensi	Kritik sporadis, tidak terstruktur		Kritik terstruktur dengan dukungan data dan visual
Fidelitas	Mencerminkan keresahan individu	keresahan	Mencerminkan keresahan kolektif masyarakat
Karakter Narasi	Keresahan pribadi, tanpa simbol kolektif		Kritik kolektif, diperkuat dengan simbol dan tagar
Penyebaran	Tidak viral		Viral, dengan ribuan retweet dan likes

Respons Pemerintah terhadap Kritik Kenaikan PPN 12%

Narasi kontra juga mencerminkan kritik terhadap alokasi anggaran pemerintah. Sebagai contoh, masyarakat mempertanyakan efisiensi anggaran Polri, terutama di tengah kasus pelanggaran oleh oknum polisi yang banyak viral di media sosial. Proyek makan siang gratis, yang awalnya dirancang untuk mendukung kesejahteraan pelajar, menuai kritik karena anggaran dan konsepnya yang terus berubah. Selain itu, proyek pembangunan IKN yang didanai oleh APBN memicu diskusi tentang prioritas alokasi dana di tengah penurunan daya beli masyarakat.

Dalam menghadapi kritik publik terkait kebijakan kenaikan PPN menjadi 12%, pemerintah mencoba memberikan berbagai penjelasan melalui beberapa pernyataan resmi. Menteri Keuangan Sri Mulyani menyatakan bahwa kebijakan ini bertujuan untuk memperkuat pendapatan negara dan mendukung pembangunan yang berkelanjutan. Sementara itu, Menteri Koordinator Perekonomian Airlangga Hartarto menyebut bahwa kenaikan PPN hanya akan diberlakukan untuk barang-barang mewah.

Namun, pernyataan ini justru menimbulkan kebingungan di tengah masyarakat karena dinilai tidak sinkron dan berubah-ubah. Sebagai contoh:

1. Pernyataan Sri Mulyani: Kenaikan PPN akan diterapkan untuk memperkuat pembangunan infrastruktur dan penguatan ekonomi. (DetikFinance, 2024).
2. Respons Airlangga Hartarto: Menyatakan bahwa PPN 12% hanya berlaku untuk barang mewah. Hal ini bertentangan dengan penjelasan sebelumnya yang mencakup barang konsumsi umum. (Liputan6, 2024).
3. Sikap DPR: Anggota DPR memberikan respons beragam, sebagian mendukung kebijakan ini untuk menciptakan sistem perpajakan yang lebih adil, sementara yang lain menyebut bahwa kebijakan ini dapat memukul daya beli masyarakat. (Liputan6, 2024).

Pernyataan yang tidak konsisten ini menunjukkan kegagalan pemerintah dalam menyampaikan narasi kebijakan yang koheren kepada publik. Dalam Paradigma Naratif Walter Fisher, narasi kebijakan pemerintah kehilangan elemen koherensi karena tidak ada keselarasan internal antara berbagai pernyataan dari aktor politik yang berbeda. Hal ini semakin memperlemah fidelitas, karena masyarakat merasa narasi yang disampaikan tidak relevan dengan pengalaman dan nilai-nilai mereka.

Implikasi Respons Pemerintah terhadap Narasi Kontra

Respons pemerintah yang dianggap berbelit dan tidak sinkron memperburuk persepsi masyarakat terhadap kebijakan ini. Alih-alih meredam kritik, pernyataan yang berubah-ubah justru memperkuat narasi kontra. Hal ini terlihat dari viralnya unggahan yang menyindir pemerintah sebagai "tidak punya arah" dalam kebijakan fiskal, seperti tweet dengan tagar #PPNMencekik yang menyebut:

“PPN ini buat barang mewah atau buat semua? Kita rakyat bingung, pejabat aja nggak paham aturan sendiri.”

Ketidakkonsistenan ini menciptakan celah bagi narasi kontra untuk semakin kuat, terutama ketika publik merasa bahwa pemerintah tidak mampu memberikan penjelasan yang jelas dan transparan. Sebagai dampak, narasi kontra mendapatkan **koherensi** dan **fidelitas** yang lebih tinggi dibandingkan narasi pro-pemerintah.

Paradigma Naratif dan Kritik Ekonomi

Berdasarkan Paradigma Naratif Fisher, narasi kontra terhadap kebijakan PPN memiliki elemen koherensi dan fidelitas yang sangat kuat pada periode viral. Hal ini diperkuat oleh kondisi ekonomi yang sedang mengalami deflasi selama lima bulan terakhir. Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan bahwa deflasi ini disebabkan oleh penurunan harga bahan makanan, transportasi, dan energi, yang mencerminkan tekanan ekonomi yang signifikan pada masyarakat (CNN Indonesia, 2024). Kritik terhadap kebijakan ini juga mencakup isu-isu seperti:

1. Pelayanan Polri: Anggaran besar untuk Polri yang tidak sebanding dengan peningkatan kualitas pelayanan.
2. Pembangunan IKN: Proyek yang dianggap tidak relevan dengan kebutuhan rakyat di tengah tekanan ekonomi.
3. Gaya Hidup Mewah Pejabat: Viralitas unggahan tentang pejabat dengan barang mewah menambah intensitas kritik publik.
4. Penurunan Program Sosial: Seperti kritik terhadap makan siang gratis yang kualitasnya menurun.

Narasi-narasi ini menunjukkan bagaimana masyarakat menggunakan media sosial untuk mengangkat isu yang relevan dengan pengalaman mereka, menciptakan solidaritas digital terhadap kebijakan yang dianggap tidak adil.

Pengaruh Media Sosial dalam Membentuk Opini Publik

Media sosial, khususnya Twitter/X, memainkan peran penting dalam membentuk opini publik terhadap kebijakan PPN 12%. Laporan *We Are Social Digital 2024* menunjukkan bahwa 83% pengguna internet di Indonesia menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama. Generasi muda menjadi penggerak utama narasi kontra, dengan unggahan viral dari akun seperti *Trend Asia* dan *Bintaangpradana* yang berhasil menciptakan diskusi luas.

Dalam Paradigma Naratif, media sosial menciptakan ruang untuk pertukaran cerita yang memiliki koherensi dan fidelitas. Hal ini terbukti pada viralitas konten yang tidak hanya menggambarkan keresahan individu, tetapi juga memperkuat solidaritas kolektif terhadap kebijakan yang dianggap tidak adil.

KESIMPULAN

Narasi kontra terhadap PPN 12% menunjukkan bahwa elemen koherensi dan fidelitas sangat menentukan penerimaan publik terhadap suatu narasi. Pada awalnya, narasi hanya berupa kekhawatiran umum yang tidak menarik perhatian luas. Namun, dengan munculnya konten yang lebih relevan secara emosional dan berbasis data, narasi kontra menjadi dominan dan viral. Paradigma Naratif Walter Fisher memberikan kerangka yang jelas untuk memahami fenomena ini, di mana cerita yang dapat dipercaya dan relevan akan lebih diterima dibandingkan argumen berbasis logika formal. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pemerintah untuk: 1) Memperkuat Narasi Kebijakan: Menggunakan elemen koherensi dan fidelitas untuk membangun komunikasi yang efektif. 2) Melibatkan Partisipasi Publik: Dalam merancang kebijakan dan menyampaikan pesan untuk meningkatkan legitimasi. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pemerintah dalam merespons kritik publik di era digital.

REFERENSI

- Ayuningrum, N., Saputra, F. W., & Handoko, D. (2023). Dampak Kenaikan PPN 11% Pada Penjualan PT. Eloda Mitra Cabang Palembang. *Journal Economic Insights*, 2(1).
- Brand24. (n.d.). Data analisis media sosial. Diakses dari <https://brand24.com/>
- CNN Indonesia. (2024, Oktober 2). Penyebab deflasi RI 5 bulan beruntun diungkap BPS. *CNNIndonesia.com*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20241002085803-532-1150609/penyebab-deflasi-ri-5-bulan-beruntun-diungkap-bps>
- DetikFinance. (n.d.). PPN 12% tuai penolakan di sana-sini, begini respons Airlangga. *Detik.com*. Diakses pada 5 Januari 2025, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7698522/ppn-12-tuai-penolakan-di-sana-sini-begini-respons-airlangga>
- Djufri, D. (2022). Dampak Pengenaan Ppn 11% Terhadap Pelaku Dunia Usaha Sesuai Uu No.7 Thn 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan Di Indonesia. *Journal of Social Research*, 1(5). <https://doi.org/10.55324/josr.v1i5.106>
- Faisol, Moh., & Norsain, N. (2023). Netnografi: Perspektif Netizen Terhadap Kenaikan Tarif PPN 11%. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 6(2). <https://doi.org/10.22219/jaa.v6i2.24536>

- Julian, R. E., & Suhendra, S. (2023). Pengaruh Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi dan Kemiskinan Terhadap Kenaikan PPN di Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).
- Julito, K. A., & Ramadani, I. (2024). Dampak dan Kontribusi Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai Menjadi 11%. *Media Akuntansi Perpajakan*, 8(2). <https://doi.org/10.52447/map.v8i2.7270>
- 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*, 11(12).
- Liputan6. (n.d.). 5 respons DPR RI terkait kenaikan PPN 12 persen: Sebut hanya untuk barang mewah. *Liputan6.com*. Diakses pada 5 Januari 2025, dari <https://www.liputan6.com/news/read/5826029/5-respons-dpr-ri-terkait-kenaikan-ppn-12-persen-sebut-hanya-untuk-barang-mewah>
- 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). <https://doi.org/10.31092/jpi.v5i2.1394>
- Maulinda, M. (2022). Penerapan Kenaikan Tarif PPN 11%. *Pusdansi.Org*, 2(9).
- Natalia, N., & Fajriana, I. (2023). Analisis Pengaruh Kenaikan Tarif PPN 11% di Sektor Perdagangan. *MDP Student Conference*, 2(2). <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4269>
- Perdomo, & Burcher. (2020). [Penelitian tentang globalisasi politik uang di negara-negara demokrasi].
- Rita, R., & Astuty, P. (2023). Dampak Kenaikan Tarif Kenaikan Ppn Terhadap Inflasi. *Remittance: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 4(1). <https://doi.org/10.56486/remittance.vol4no1.279>
- Saragintan, A., & Hidayat, S. (2020). [Penelitian tentang politik uang dalam pemilu di Indonesia].
- Siahaan, A. (2023). Menelaah Kenaikan tarif PPN 11% di Indonesia. *Indonesia Journal of Business Law*, 2(1). <https://doi.org/10.47709/ijbl.v2i1.2029>
- Tarmizi, M. M. (2023). Peningkatan Tarif PPN Indonesia: Dampak Sosial Ekonomi dan Potensi yang Belum Terserap. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 12(1). <https://doi.org/10.52813/jei.v12i1.169>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024 Indonesia*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>