

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan kemajuan teknologi membuat manusia harus selalu beradaptasi dengan sebuah kondisi baru yang membuat banyaknya perubahan dalam kehidupan sosial manusia. Revolusi Industri 4.0 menjadi sebuah awal baru yang menandai sebuah era perkembangan teknologi yang masif pada abad ke-20. Perkembangan teknologi tersebut juga turut mengubah tata cara masyarakat dalam berkomunikasi dan juga memaknai pesan yang dikonsumsi melalui teknologi pada masa era digital. Kemajuan teknologi tersebut juga ikut andil dalam mempengaruhi Gaya hidup masyarakat dimana dalam mengkonsumsi berita dan informasi mengalami perubahan dari bentuk analog menjadi bentuk digitalisasi (Meranti & Irwansyah, 2018). Surat kabar atau koran, majalah, dan radio berevolusi dalam bentuk digital dan dapat diakses melalui gadget atau smartphone oleh setiap penggunanya.

Salah satu hasil dari kemajuan teknologi yang terus berkembang adalah internet. Internet merupakan singkatan dari *international network* yang berarti sebuah jaringan komputer yang sangat besar dimana didalamnya terdapat beberapa jaringan kecil yang saling terhubung (B. S. D. Oetomo, 2002). *Prototype* Internet pertama kali berasal dari sebuah proyek yang dilakukan oleh badan pertahanan amerika serikat pada tahun

1969 yaitu pembuatan jaringan lokal yang dapat saling terhubung melalui proyek lembaga ARPA yang disebut sebagai ARPANET. Menurut laporan dari hasil kerjasama antara layanan manajemen konten Hootsuite dan agensi pemasaran media sosial “We Are Social” pada laporannya yang berjudul “Digital 2021”, pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2021 mencapai angka 202,6 juta jiwa. Dibandingkan tahun sebelumnya, angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 15,5% atau sebanyak 27 juta jiwa. angka tersebut berarti penetrasi internet di Indonesia mencapai angka 73,7 persen dari total populasi. laporan tersebut juga menyebutkan bahwa aktivitas favorit masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan internet adalah bermedia sosial. Saat ini bermedia sosial menjadi salah satu kebutuhan khususnya pemanfaatannya dalam mendapatkan informasi.

Internet of things merupakan sebuah konsep yang menjadi bagian dari revolusi industri 4.0 dimana teknologi yang ada memungkinkan sebuah objek mengirim data melalui sebuah koneksi tanpa adanya bantuan perantara baik komputer maupun manusia. Tujuan dari adanya *internet of things* yaitu memaksimalkan fungsi dari konektivitas dari jaringan internet yang terus menerus terhubung. Iot memiliki beberapa fitur komponen yang dapat membantu manusia untuk melakukan kegiatan secara maksimal seperti sistem sensor yang membuat sistem jaringan menjadi terintegrasi dengan lingkungan sekitar dan kecerdasan buatan yang memungkinkan teknologi ini dapat bekerja secara mandiri tanpa perlu adanya instruksi dari manusia. *Internet of things* menjadi sebuah revolusi karena *internet of*

things dapat menghubungkan antara internet dengan benda fisik. Salah satu dari efek berkembangnya konektivitas antar masyarakat Indonesia dari adanya internet 4.0 adalah pembentukan opini publik yang semakin masif di media sosial.

Istilah opini publik dapat dimaknai sebagai pengumpulan pendapat yang dikemukakan oleh individu. Penggunaan istilah opini publik banyak digunakan pada abad ke-18 di eropa dan amerika. Penggunaan istilah tersebut berkaitan dengan kehidupan sosial pada masa tersebut. kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi pada awal abad ke-19 mendorong kesadaran masyarakat bahwa suara dari rakyat harus ikut serta dalam pengambilan keputusan oleh penguasa. Hal tersebut diakibatkan lahirnya dorongan tuntutan dari publik dalam menentukan nasibnya dalam kehidupan sosial, ekonomi dan politik dalam hal ini dalam perumusan kebijakan public yang berkaitan dengan keputusan yang berkaitan dengan kehidupan public. Saat ini opini publik sangat mudah dijumpai melalui media massa maupun media sosial khususnya media sosial *twitter* yang seringkali dapat diamati melalui fitur trending yang memuat *keyword* yang relevan dengan opini masyarakat terhadap sebuah isu.

Media sosial merupakan sebuah platform yang lahir dari adanya internet dimana manusia dapat berinteraksi satu sama lain dengan cepat tanpa adanya jarak ruang dan waktu. Media sosial merupakan sarana baru bagi masyarakat untuk berkomunikasi. berberapa media sosial menawarkan kepada masyarakat pengalaman berinteraksi antar masyarakat dengan fitur

yang beragam. Media sosial pertama kali muncul pada tahun 1997 bernama *Six Degrees* yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil, menambah teman dan mengirim pesan antar pengguna. Setelah *six degrees*, perkembangan media sosial sangatlah pesat hingga muncul beberapa media sosial yang kita gunakan saat ini seperti *Instagram*, *Facebook*, *TikTok* dan *Twitter*.

Salah satu platform jejaring sosial berbasis textual yang paling banyak digunakan saat ini adalah *twitter*. *twitter* memungkinkan masyarakat untuk berinteraksi melalui pesan berbasis text atau yang biasa disebut sebagai tweet. Tweet tersebut dapat dibuat hingga 140 karakter, namun pada tanggal 7 November 2017 bertambah hingga 280 karakter. platform yang didirikan oleh Jack Dorsey pada 21 maret 2006 tersebut hingga saat ini memiliki pengguna aktif sebesar 206 juta (Statista, 2022). penggunaan media sosial *twitter* sendiri beragam mulai dari percakapan ringan, komunikasi politik hingga keluh kesah terhadap perusahaan. yang berkaitan dengan suatu hal yang berkaitan dengan perpolitikan. Beberapa negara juga memiliki akun resmi untuk mengkomunikasikan kebijakan atau berinteraksi dari pemangku kekuasaan kepada masyarakatnya. Terdapat beberapa akun resmi pemerintahan negara di dunia yang telah di verifikasi oleh *twitter* seperti akun @POTUS, @KremlinRussia_E dan @SPNigeria.

Menurut Statista, pengguna aktif *twitter* per juli 2021 berada di angka 206 juta pengguna aktif dan Indonesia masuk ke dalam peringkat 6 dari daftar 10 besar negara pengguna aktif di *twitter* dengan total 15,7 juta

pengguna. Dengan semakin besarnya pengguna maka akan semakin besar pula data dari percakapan antar akun pada media sosial. Data yang besar tersebut terkumpul pada internet dan disebut sebagai big data.

Big Data beberapa tahun terakhir menjadi pembicaraan di masyarakat. Pada tanggal 16 maret 2022 topik *big data* banyak dibicarakan di media sosial *twitter*. Banyak manfaat yang didapatkan ketika memanfaatkan *big data*. Davenport dalam (Pratama, 2022) Bagi perusahaan maupun pemerintah belajar memanfaatkan big data akan menggunakan informasi yang langsung dari sensor, identifikasi, dan perangkat pengenalan lainnya untuk memahami data yang lebih terperinci, untuk membuat produk dan layanan baru, dan untuk menanggapi perubahan yang dinamis. Pemanfaatan big data dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana komunikasi yang terjadi di masyarakat pada saat adanya kebijakan baru dari pemerintahan seperti pada saat virus corona terjadi di Indonesia.

Pajak Pertambahan Nilai atau PPN adalah pajak pemerintah yang timbul dari setiap transaksi jual beli barang atau jasa yang dipungut dari konsumen. Namun, pembayaran dilakukan kepada pemerintah melalui wajib pajak pribadi atau wajib pajak badan yang menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP). Pajak Pertambahan Nilai diatur dalam UU No. Nomor 8 Tahun 1983. Sistem ini menetapkan bahwa tarif pajak pertambahan nilai adalah 10%. Dengan aturan turunannya, besaran tarif ini bisa diubah minimal 5% dan maksimal 10%. Ketentuan ini tidak berubah meskipun undang-undang diubah pada tahun 2009. Namun, dalam UU No. 7 Tahun

2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), ketentuan tarif PPN dinaikkan dari 10% menjadi 11%. Aturan ini disahkan oleh Presiden Joko Widodo pada 29 Oktober 2021. Dalam Bab IV Pasal 7 disebutkan tarif PPN 11% mulai berlaku pada April 2022; dan sebesar 12% yang akan berlaku paling lambat 1 Januari 2025. Dengan kata lain, pemerintahan Joko Widodo adalah yang pertama menaikkan PPN sejak era orde baru.

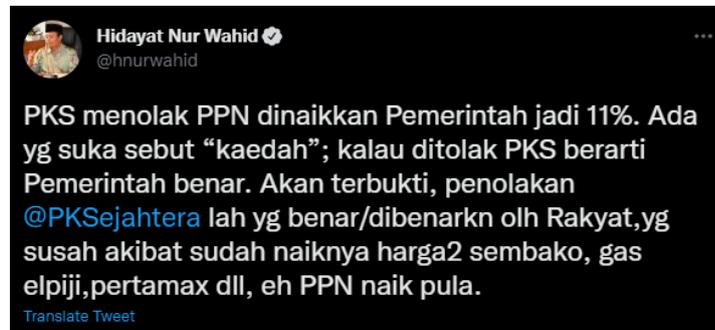
Salah satu kebijakan yang diterapkan pemerintah untuk memperbaiki keadaan APBN pasca pandemi Covid-19 dengan menambah pemasukan negara adalah menaikkan Pajak Penambahan Nilai (PPN) dari 10 % menjadi 11% pada 1 April 2022 dan akan menjadi 12 % pada 1 Januari 2025. Kebijakan tersebut sudah disahkan pada undang-undang nomor 7 tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan (UU HPP). Menteri keuangan menjelaskan bahwa tujuan dari kenaikan ppn yang diberlakukan adalah menambah pemasukan penerimaan negara untuk memperbaiki kondisi Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang mengalami defisit secara terus menerus selama masa pandemi. Dalam upaya mengembalikan defisit APBN, opsi kenaikan PPN dipilih pemerintah sebagai langkah yang tepat karena tarif PPN di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan dengan negara lain. Jika dibandingkan dengan negara lain yang bergabung pada G20 dan *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) rata rata tarif di negara tersebut berada pada angka 15-15,5 persen. Kenaikan PPN 11% tersebut tidak berpengaruh

kepada harga barang dan jasa yang bersifat strategis seperti bahan kebutuhan pokok, jasa pendidikan dan kesehatan (Putri, 2022).

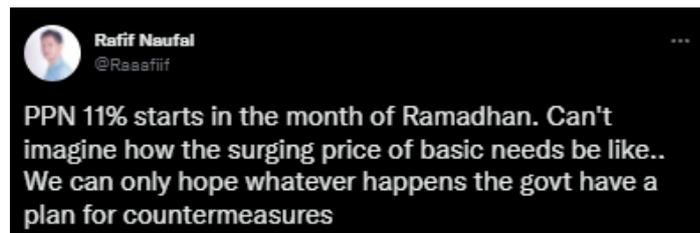
Menteri keuangan menjelaskan bahwa kenaikan ppn dilakukan untuk memperkuat kondisi ekonomi di Indonesia yang dilakukan untuk jangka panjang yang dapat membantu pembiayaan APBN khususnya dalam program pemulihan ekonomi nasional (PEN). Didalam program PEN sendiri terdapat berbagai pemberian insentif bagi para pelaku UMKM yang terkena imbas pandemic. Reformasi perpajakan melalui UU HPP penting dilakukan dalam memperluas basis pajak, menciptakan keadilan dan kesetaraan, memperkuat administrasi perpajakan dan kepatuhan perpajakan. Sebagai bagian dari reformasi perpajakan, penyesuaian tarif PPN juga dibarengi dengan: Penurunan tarif Pajak Penghasilan (PPh) Orang Pribadi atas penghasilan sampai dengan Rp 60 juta dari 15 persen menjadi 5 persen, pembebasan pajak untuk pelaku UMKM dengan omzet sampai dengan Rp500 juta, fasilitas PPN final dengan besaran tertentu yang lebih kecil, yaitu 1%, 2% atau 3%, dan layanan restitusi PPN dipercepat sampai dengan Rp 5 miliar tetap diberikan.

Kebijakan tersebut menjadi pro kontra di media sosial *twitter* beberapa masyarakat mempertanyakan mengenai momentum pemberlakuan kebijakan tersebut karena dirasa merugikan masyarakat. Beberapa akun *twitter* yang kontra mencuit mengenai isu kenaikan ppn 11% melalui kata kunci “PPN 11%” yang menjadi trending menilai momentum realisasi kebijakan tersebut berlangsung bersamaan dengan

kenaikan beberapa komoditas yang biasa terjadi menjelang bulan ramadhan.



Gambar 1.1 Tweet Penolakan Kenaikan PPN



Gambar 1.2 Tweet yang mengeluhkan pemberlakuan kebijakan kenaikan PPN

Selain mengeluhkan terdapat beberapa cuitan *twitter* yang mendukung kebijakan kenaikan PPN menjadi 11% dengan narasi peningkatan penerimaan pajak untuk anggaran belanja negara yang lebih berkualitas. Hal tersebut menciptakan gejolak pendapat di masyarakat.



Gambar 1.3 Tweet yang mendukung kebijakan kenaikan PPN

kebijakan tersebut terus menerus diperbincangkan dan menjadi salah satu poin yang diusung oleh beberapa mahasiswa yang berasal dari BEM SI yang menolak kebijakan tersebut yang melakukan demo pada tanggal 11 april 2022 bersamaan dengan beberapa kebijakan pemerintahan yang lainnya seperti isu jabatan presiden menjadi tiga periode dan kenaikan harga pertamax.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti jaringan komunikasi mengenai pemberlakuan kebijakan kenaikan PPN 11% pada media sosial *twitter*. Peneliti menggunakan media sosial *twitter* karena

media sosial berbasis text yang memiliki fitur pencarian trend atau isu yang berkembang berdasarkan *keyword*, *hashtag* dan kalimat.

Peneliti menggunakan kata kunci “PPN OR PPN 11%” sebagai basis data pencarian di *twitter*. Pengambilan data menggunakan layanan Netlytic dan visualisasi dari basis data tersebut divisualisasikan pada aplikasi Gephi. Data yang diambil dimulai pada tanggal 1 - 20 April 2022 karena pada waktu tersebut kebijakan kenaikan PPN mulai diberlakukan oleh Kementerian Keuangan. Populasi penelitian adalah semua *Nodes* berbahasa Indonesia yang memiliki hubungan dengan kata kunci “PPN OR PPN 11%”. Analisis jaringan berfungsi untuk mengetahui bagaimana hubungan yang terbentuk antar aktor serta stuktur komunikasi dalam system antar pengguna Indonesia pada media sosial *twitter*.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang ditulis, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana jaringan komunikasi antar pengguna media sosial *twitter* mengenai kebijakan kenaikan PPN 11%.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui jaringan komunikasi yang terbentuk di media sosial *twitter* terkait isu kebijakan kenaikan PPN 11% yang mulai diterapkan pada tanggal 1 April 2022.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pemetaan jaringan komunikasi yang terbenuk dari sebuah pembahasan mengenai suatu topik oleh pengguna media sosial *twitter*
- b. Peneliti berharap penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi yang menggunakan teori komunikasi yang berkaitan dengan new media, komunikasi organisasi, analisis jaringan komunikasi, dan sekaligus dapat dijadikan kajian untuk bahan penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini secara praktis dapat memberikan gambaran mengenai proses analisis jaringan komunikasi menggunakan layanan Netlytic dan visualisasi menggunakan aplikasi Gephi
- b. Penelitian ini secara praktis dan luas dapat memberikan wawasan kepada masyarakat luas khususnya mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dalam menyikapi dinamika media sosial dan memanfaatkan analisis big data untuk kepentingan pribadi maupun kelompok.