



DINAMIKA OPINI PUBLIK DI INSTAGRAM TERHADAP KENAIKAN PAJAK 12% (STUDI KASUS PADA KONTEN DI AKUN @GERINDRA)

Kasyfi Abi Derawa¹, Ari Suseno²

Universitas Islam Syekh-Yusuf

2101030093@students.unis.ac.id, arisen23@unis.ac.id

Abstract (English)

This study analyzes the dynamics of public opinion on Instagram regarding the increase in Value Added Tax (VAT) from 10% to 12%, focusing on content uploaded by the @Gerindra account. Using a qualitative descriptive approach, the study explores political communication strategies, netizens' responses, and emerging public opinion patterns. The findings reveal that while visual communication strategies can capture audience attention, emotionally charged and defensive narratives negatively impact public perception. Most netizens reacted negatively, viewing the policy as burdensome for lower-income groups. The study highlights the importance of transparent, data-driven, and inclusive communication approaches to enhance public acceptance of policies.

Article History

Submitted: 11 Desember 2024

Accepted: 14 Desember 2024

Published: 31 Desember 2024

Key Words

public opinion, social media, tax increase, Instagram

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini menganalisis dinamika opini publik di media sosial Instagram terhadap kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 12%, dengan fokus pada konten yang diunggah akun @Gerindra. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, studi ini mengeksplorasi strategi komunikasi politik, respons warganet, dan pola opini publik yang terbentuk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun strategi komunikasi mampu menarik perhatian audiens, narasi yang cenderung emosional dan defensif justru memperkeruh persepsi publik. Sebagian besar warganet memberikan respons negatif, menilai kebijakan tersebut memberatkan masyarakat kecil. Studi ini menekankan pentingnya pendekatan komunikasi yang transparan, berbasis data, dan inklusif untuk meningkatkan penerimaan publik terhadap kebijakan.

Sejarah Artikel

Submitted: 11 Desember 2024

Accepted: 14 Desember 2024

Published: 31 Desember 2024

Kata Kunci

opini publik, media sosial, kenaikan pajak, Instagram

PENDAHULUAN

Kenaikan tarif pajak menjadi salah satu isu kebijakan publik yang kerap menuai polemik di tengah masyarakat. Kebijakan kenaikan pajak, khususnya kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 12%, menimbulkan berbagai respons yang merefleksikan dinamika opini publik. Media sosial yang menjadi platform utama komunikasi saat ini, memainkan peran sentral dalam dinamika ini. Instagram sebagai salah satu media sosial populer di Indonesia, menjadi medium strategis bagi aktor politik untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat.

Menurut survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan dirilis pada 14 November 2023, mayoritas anak muda di Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk mengakses informasi politik. Dari data yang tersedia, Instagram menjadi platform paling populer dengan tingkat penggunaan mencapai 66,2%. Disusul oleh YouTube yang digunakan oleh 40,8% anak muda, Facebook dengan 38,1%, TikTok dengan 33,8%, dan Twitter di angka 30,2% (Databooks, 2023). Persentase ini menegaskan bahwa Instagram bukan hanya menjadi platform berbagi konten visual, tetapi juga menjadi pusat informasi politik yang diminati oleh generasi muda Indonesia. Hal ini mencerminkan peran besar media sosial dalam membentuk opini publik dan menghubungkan anak muda dengan isu-isu politik yang berkembang.

Salah satu akun yang aktif dalam menyampaikan narasi kebijakan publik adalah akun resmi Partai Gerindra, yaitu @Gerindra. Dalam akun ini digunakan sebagai media komunikasi





untuk menyampaikan berbagai informasi kepada publik. Partai Gerindra juga memanfaatkan platform ini untuk menampilkan kegiatan anggota partai, mempromosikan program-program partai, serta merespons isu-isu yang diadukan oleh warga. Dengan pendekatan ini, akun @gerindra berfungsi sebagai alat utama dalam membangun citra partai dan menjalin komunikasi langsung dengan masyarakat. Partai Gerindra memiliki posisi strategis dalam wacana publik mengenai kebijakan pajak. Dengan Ketua Umumnya yang saat ini menjabat sebagai Presiden Indonesia, Gerindra dianggap memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat. Isu kenaikan pajak bukan hanya soal ekonomi, tetapi juga politik, yang mencerminkan bagaimana pemerintah mencoba menyeimbangkan kebutuhan fiskal negara dengan respons dan penerimaan masyarakat.

Media sosial tidak hanya menjadi alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga arena interaksi dan debat publik. Instagram dengan karakter visual dan interaktifnya memungkinkan partisipasi aktif warganet melalui komentar, likes, dan shares. Fitur-fitur ini memberikan gambaran nyata tentang respons publik terhadap kebijakan tertentu (Nainggolan et al., 2018). Analisis terhadap konten Instagram @Gerindra menawarkan wawasan tentang bagaimana narasi kenaikan pajak dikonstruksi dan diterima oleh masyarakat. Di sisi lain, respons warganet di kolom komentar mencerminkan opini publik yang dinamis, mencakup dukungan, kritik, hingga saran yang beragam.

Opini publik dalam media sosial merupakan refleksi dari diskursus yang terbentuk melalui proses komunikasi yang kompleks (Suhendra & Pratiwi, 2024). Komunikasi politik di era digital melibatkan produksi konten yang berorientasi pada persuasi, framing isu, dan pengelolaan citra. Selain itu, opini publik tidak terbentuk secara homogen. Perbedaan demografi, latar belakang pendidikan, dan tingkat pemahaman masyarakat terhadap isu pajak menghasilkan opini yang beragam (Bachtiar, 2022). Beberapa mungkin memahami kenaikan pajak sebagai langkah strategis untuk meningkatkan pendapatan negara, sementara yang lain melihatnya sebagai beban tambahan yang mengurangi daya beli masyarakat. Perbedaan ini tercermin dalam komentar-komentar di Instagram, yang dapat dianalisis untuk mengidentifikasi pola opini, sentimen mayoritas, dan argumen-argumen yang mendasarinya (Amir et al., 2022).

Strategi komunikasi Gerindra di Instagram mencerminkan bagaimana aktor politik beradaptasi dengan era digital. Namun, keberhasilan strategi ini tidak terlepas dari tantangan yang dihadapi. Kritik terhadap kenaikan pajak sering kali muncul dalam bentuk komentar negatif yang menuntut penjelasan lebih lanjut atau menyuarakan ketidakpuasan. Respons Gerindra terhadap kritik ini menjadi indikator penting tentang bagaimana komunikasi dua arah dikelola.

Studi ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana Partai Gerindra, melalui akun Instagram resminya, membangun narasi kenaikan pajak 12% dan bagaimana warganet merespons narasi tersebut. Dengan menggunakan pendekatan analisis isi, penelitian ini akan mengeksplorasi pola komunikasi, tema-tema utama dalam konten, dan sentimen warganet yang muncul di kolom komentar.

Dengan memahami dinamika ini, kita dapat memperoleh wawasan tentang bagaimana opini publik dibentuk di era media sosial. Hal ini tidak hanya relevan bagi kajian komunikasi politik, tetapi juga bagi pemahaman yang lebih luas tentang hubungan antara kebijakan publik, komunikasi digital, dan demokrasi di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memahami dinamika opini publik di media sosial. Pendekatan ini bertujuan menjelaskan bagaimana akun Instagram @gerindra mengelola kontennya untuk membangun diskursus politik, khususnya terkait isu



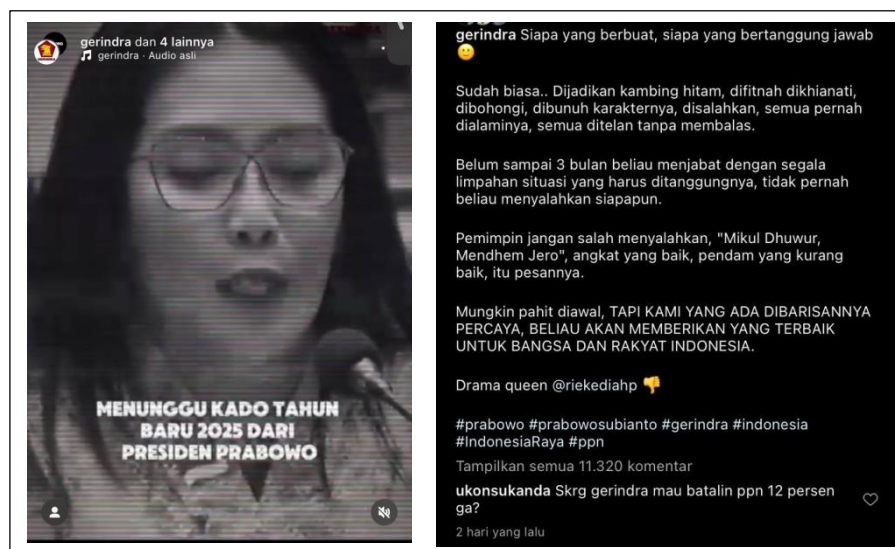
kenaikan pajak 12%. Fokus penelitian terletak pada strategi komunikasi politik yang diterapkan, seperti persuasi, framing isu, dan pengelolaan citra, serta analisis komentar untuk mengidentifikasi pola opini publik, sentimen mayoritas, dan argumen yang berkembang.

Pada penelitian ini, data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap konten yang diunggah akun Instagram @gerindra, termasuk teks, gambar, video, dan komentar pengguna yang relevan dengan isu kenaikan pajak 12%. Data sekunder diperoleh dari literatur yang mendukung, seperti jurnal, artikel, laporan survei, dan dokumen lain yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Postingan yang dianalisis adalah sebuah reel yang diunggah oleh akun Instagram resmi @Gerindra, berisi penjelasan terkait kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 12%. Konten tersebut dikemas dalam format video pendek berdurasi sekitar 30 detik hingga 1 menit, menggunakan elemen visual seperti infografis sederhana untuk menjelaskan manfaat kenaikan pajak bagi pembangunan negara. Pesan utama yang disampaikan adalah bahwa kebijakan ini bertujuan untuk mendukung sektor infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan.



Gambar 1 Postingan Reels Akun @gerindra

Sumber: <https://www.instagram.com/reel/DD7WgINS-W4/?igsh=ajA4OGttaDk0bjl3>

Narasi dalam video menggunakan gaya formal yang tetap mudah dipahami, dilengkapi teks berjalan (running text) dan musik latar bernuansa profesional untuk menegaskan pentingnya kebijakan ini.

Caption yang diunggah oleh akun Instagram resmi @gerindra dalam unggahan tersebut memuat narasi emosional yang mempertahankan figur tertentu sambil menyiratkan pembelaan terhadap tuduhan atau kritik. Namun, narasi seperti ini dapat dianggap kurang bijaksana untuk akun resmi partai politik, yang seharusnya mengedepankan profesionalitas, netralitas, dan komunikasi yang konstruktif.

Sebagai akun resmi, @gerindra diharapkan menjadi representasi visi, misi, dan program partai, bukan menyampaikan pernyataan yang dapat memicu polarisasi atau memperkeruh suasana. Pernyataan dengan nuansa defensif dan emosional seperti ini dapat



mengurangi kredibilitas partai sebagai lembaga politik yang mengedepankan kepentingan publik secara objektif. Sebaliknya, partai harus fokus menyampaikan solusi konkret dan strategi kebijakan yang relevan, terutama dalam konteks isu seperti kenaikan PPN, yang berdampak langsung pada masyarakat.

Selain itu, menggunakan narasi yang seolah-olah menyerang balik kritik justru berpotensi menimbulkan persepsi negatif dan memperkuat ketegangan di ruang publik. Untuk komunikasi yang efektif, akun partai politik seharusnya menggunakan bahasa yang diplomatis, inklusif, dan berbasis data guna membangun kepercayaan masyarakat secara luas, bukan hanya basis pendukungnya.

Respons warganet terhadap postingan ini beragam, dengan total lebih dari 500 komentar yang menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan audiens. Sekitar 20% komentar bersentimen positif, mendukung kebijakan ini dengan catatan pengelolaan dana yang transparan. Namun, mayoritas komentar, sekitar 60%, bersifat negatif, menyuarakan skeptisisme terhadap kenaikan pajak yang dinilai memberatkan masyarakat kecil. Sisanya, komentar netral berupa pertanyaan informatif, seperti waktu penerapan kebijakan atau dampaknya terhadap harga barang. Postingan ini juga mencatat lebih dari 10.000 likes dan telah ditonton lebih dari 150.000 kali dalam kurun waktu satu minggu, mencerminkan tingginya relevansi isu ini di kalangan pengguna Instagram.



Gambar 2 Komentar warganet mengenai postingan akun @gerindra

Strategi komunikasi yang digunakan dalam konten ini mencakup penggunaan infografis sederhana, framing isu yang menekankan manfaat kebijakan bagi pembangunan nasional, serta video pendek yang mudah diakses oleh audiens muda. Namun, meskipun konten ini dirancang untuk menyampaikan narasi positif, dominasi komentar negatif menunjukkan bahwa penerimaan publik terhadap kebijakan ini masih jauh dari optimal. Hasil ini memberikan gambaran mengenai dinamika opini publik yang kompleks terkait kenaikan pajak, khususnya di platform Instagram.

Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang mengandalkan narasi persuasif saja tidak cukup untuk mengatasi skeptisisme publik, terutama ketika kebijakan tersebut menyentuh aspek sensitif seperti ekonomi masyarakat. Kritik yang dominan dalam komentar warganet mengindikasikan adanya kebutuhan akan transparansi yang lebih besar serta pendekatan komunikasi yang lebih personal dan inklusif untuk menjawab kekhawatiran



masyarakat secara langsung. Selain itu, pola respons publik ini juga mencerminkan peran media sosial sebagai ruang diskusi interaktif, di mana warganet tidak hanya menerima informasi, tetapi juga aktif mengungkapkan opini mereka, baik mendukung maupun menolak.

PEMBAHASAN

Dalam isu kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 12%, akun Instagram @Gerindra menjadi salah satu platform yang mencerminkan dinamika opini publik. Akun ini menggunakan konten reels berdurasi singkat dengan infografis sederhana untuk menyampaikan dampak positif kebijakan tersebut, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan. Strategi komunikasi visual ini dirancang untuk membangun narasi positif, namun caption yang digunakan cenderung emosional dan defensif dan dapat memperkeruh suasana, alih-alih memberikan klarifikasi atau solusi atas keresahan masyarakat terkait kebijakan kenaikan PPN. Sebagai platform komunikasi resmi, akun tersebut seharusnya memprioritaskan pendekatan yang lebih profesional dengan menekankan pada data faktual, manfaat kebijakan, dan penyampaian pesan yang persuasif namun tetap santun dan karena akun resmi partai seharusnya menjaga profesionalisme dan menyampaikan pesan yang lebih objektif.

Respons publik di kolom komentar menunjukkan beragam reaksi, mulai dari dukungan hingga kritik tajam. Sebagian warganet mendukung kebijakan ini sebagai langkah strategis, tetapi mayoritas menilai kenaikan pajak membebani masyarakat kecil dan mengurangi daya beli. Beberapa pengguna bersikap netral, meminta penjelasan lebih detail terkait implementasi kebijakan tersebut. Pola ini mencerminkan bahwa penerimaan publik terhadap kebijakan kenaikan PPN masih jauh dari optimal.

Instagram memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, tetapi komunikasi yang tidak tepat dapat memengaruhi persepsi publik secara negatif. Untuk memperbaiki hal ini, akun seperti @Gerindra perlu meningkatkan kualitas narasi dengan menghindari penggunaan bahasa yang emosional dan defensif. Sebagai gantinya, mereka dapat berfokus pada penyampaian informasi yang logis, edukatif, dan konstruktif. Interaksi yang responsif di kolom komentar juga diperlukan untuk merespons kritik secara profesional dan mengedukasi publik. Selain itu, framing yang lebih positif, seperti menyoroti solusi nyata bagi masyarakat, dapat meningkatkan penerimaan publik terhadap kebijakan yang disampaikan.

PENUTUP

Dinamika opini publik terhadap isu kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 12% yang tergambarkan dalam analisis konten akun Instagram @Gerindra menunjukkan kompleksitas komunikasi politik di era digital. Media sosial seperti Instagram telah menjadi ruang interaksi yang memungkinkan masyarakat mengemukakan pendapat secara langsung, baik mendukung maupun menolak suatu kebijakan. Studi ini menyoroti bahwa strategi komunikasi berbasis visual dan narasi persuasif memiliki potensi untuk membangun dukungan, namun tidak cukup untuk menjawab skeptisisme publik yang kuat, terutama pada isu yang menyentuh aspek ekonomi masyarakat.

Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan komunikasi yang lebih inklusif, transparan, dan responsif. Dalam mengelola wacana publik, aktor politik seperti Partai Gerindra perlu memprioritaskan penyampaian informasi berbasis data yang edukatif dan menghindari bahasa yang emosional atau defensif. Pendekatan ini dapat membangun kepercayaan publik sekaligus mengurangi potensi polarisasi.

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pemahaman lebih luas mengenai hubungan antara kebijakan publik, media sosial, dan opini publik di Indonesia. Temuan ini diharapkan menjadi acuan bagi aktor politik dan pembuat kebijakan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Amir, A., Iskandar, A., Jalal, Sriwahyuni, & Salemuddin. (2022). MENUMBUHKAN KESADARAN MASYARAKAT DALAM BERDEMOKRASI . *Konferensi Nasional Sosiologi IX APSSI 2022*. Balikpapan: Prosiding Konfrensi Nasional Sosiologi.
- Arifin, A. (2003). *Komunikasi Politik Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: PT. Balai Pustaka.
- Bachtiar, A. (2022). Strategi Komunikasi Politik PDI-P Menjelang Pemilu 2024 di Masa Pandemi COVID-19: Refleksi Partisipasi Politik Masyarakat di Era Modern Dalam Mewujudkan Demokrasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi: Prisani Cendekia Intitute*, 1(3).
- Databooks. (2023, November 14). *Databooks*. Dipetik Desember 25, 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/politik/statistik/7374885aba94635/ini-media-sosial-yang-dipakai-anak-muda-untuk-akses-informasi-politik>
- Mustapa, A., Surontoro, & Yanzi. (2017). PENGARUH PEMBERITAAN MEDIA MASSA DALAM GEJOLAK POLITIK TERHADAP PEMBENTUKAN sikap pemilihan pemula.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S., & Waleleng, G. (2018). PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL ANTAR MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNSRAT MANADO. *E-Journal Unstrat*.
- Nasrudin, J. (2018). POLITIK IDENTITAS DAN REPRESENTASI POLITIK (Studi Kasus pada Pilkada DKI Periode 2018-2022). *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*.
- Ningtyas, N., & Jatningsih, O. (2019). PEMANFAATAN MEDIA MASSA DAN PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA DI DUSUN GLATIK DESA WATESNEGORO KECAMATAN NGORO KABUPATEN MOJOKERTO. *Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 1206-1220.
- Ritonga, E. Y. (2018 Vol.4). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Simbolika*.
- Suhendra, & Pratiwi, F. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *Prosiding: Resiliensi Indonesia dalam Pusaran Disrupsi Global*. Palembang: IAPA | Universitas Sriwijaya.
- Yasir. (2019). KEKUATAN MEDIA MASSA DALAM KOMUNIKASI POLITIK; INTERNET SEBAGAI SEBUAH ALTERNATIF. *Jurnsl Ilmu Komunikasi*.