

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Di era digital saat ini, media sosial yang sering kali digunakan oleh masyarakat salah satunya adalah media sosial X. Berdasarkan laporan *We Are Social dan Meltwater* (2024) ada 611,3 juta pengguna media sosial X di dunia. Indonesia menempati urutan keempat dalam jumlah pengguna media sosial X tercatat sebanyak 24,85 juta pengguna.

Media sosial X merupakan media sosial yang mana penggunanya bisa menyebarkan postingan yang bisa disebut sebagai *post*. Platform ini salah satu komunikasi bagi masyarakat untuk berbagi informasi dan pendapat mengenai berbagai isu Harahap dan Kurniawan (2024). Salah satu isu yang kini sedang ramai dibicarakan yaitu tentang rencana kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang akan disahkan pada 01 Januari 2025. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 mengenai Harmonisasi Peraturan Perpajakan, pemerintah berencana untuk menaikkan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12% pada tahun depan. Pasal 7 ayat (2) dalam Bab 4 UU HPP secara khusus menyebutkan bahwa tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berubah dari 11% menjadi 12% pada 1 Januari 2025.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak atas konsumsi barang dan jasa di dalam Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat dalam setiap jalur produksi dan distribusi. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) termasuk salah satu bagian dari pajak tidak langsung yang dapat dibebankan secara bertahap kepada pembeli maupun penjual dan tidak berfokus kepada subjek pajaknya (Hidayat dan Gunawan, 2022).

Keputusan terkait kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 12% telah menjadi sebuah topik yang cukup ramai diperbincangkan masyarakat, muncul beragam opini publik di berbagai platform media sosial X. Ada beberapa pihak yang setuju dan ada juga yang tidak setuju dengan adanya aturan tersebut, sehingga muncul kritikan terkait peraturan pemerintah, diantaranya kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dirasa membebani masyarakat dikarenakan meningkatnya harga barang dan jasa terutama kebutuhan pokok

sehingga memberikan pengaruh besar terhadap kesenjangan masyarakat menengah kebawah (Fauziah et al., 2024). Berdasarkan hal tersebut, diperlukan klasifikasi mengenai kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) untuk mengetahui sentimen masyarakat mengenai hal tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu, Algoritma *Support Vector Machine* telah digunakan untuk metode klasifikasi pada analisis sentimen. Penelitian yang dilakukan Hasibuan et al., (2024) melakukan proses analisis sentimen kebijakan ekspor pasir laut pada sosial media sosial X menggunakan algoritma *Support Vector Machine*, data yang berhasil dikumpulkan berjumlah 661 dari total 856 data. Hasil yang diperoleh dari analisis tersebut yaitu 50.5% sentimen negatif, 25.25% sentimen positif, dan 24.5% netral. Serta *kernel* pengujian dengan akurasi 80.94%, presisi 80.91%, recall 80.94%, dan *f-measure* 80.75%.

Kemudian hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Pangestu et al., (2022) di peroleh 17.281 data dengan pembagian data 80% (13.824 data) sebagai *data training* dan 20% (3.457 data) sebagai *data testing*. Serta hasil akurasi yang didapatkan sebesar 89.58%, *recall* 86.73%, dan *precision* 86.85%.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Bergas Pamungkas et al., (2021) dengan jumlah data yang diperoleh 500 data dengan *interval* waktu yang dilakukan pada tanggal 26 November 2020 – 29 November 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan sentimen negatif sebesar 28% dan sentimen positif 72% dengan nilai akurasi 84.21%, nilai sensitivitas 73.38%, dan nilai spesifisitas 82.10%.

Berdasarkan kajian penelitian sebelumnya, algoritma *Support Vector Machine* telah menunjukkan efektivitas yang signifikan dalam implementasi analisis sentimen pada beragam topik. Dengan mempertimbangkan keunggulan tersebut, penelitian ini menerapkan algoritma *Support Vector Machine* sebagai metode utama untuk menganalisis persepsi dan opini publik terhadap kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 12%. Melalui pendekatan ini, penelitian diproyeksikan mampu mengidentifikasi pola dan kecenderungan sentimen masyarakat terkait implementasi kebijakan kenaikan pajak tersebut, khususnya Pajak Pertambahan Nilai 12%, serta memberikan gambaran komprehensif mengenai respon publik terhadap kebijakan yang diterapkan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengimplementasikan algoritma *Support Machine Vector* dalam analisis sentimen terhadap kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai 12%?
2. Bagaimana hasil implementasi algoritma *Support Machine Vector* mempengaruhi analisis sentimen terhadap kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai 12%?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari pengembangan ini sebagai berikut:

1. Mengetahui proses implementasi algoritma *Support Machine Vector* dalam analisis sentimen terhadap kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai 12%.
2. Mengetahui hasil dari implementasi algoritma *Support Machine Vector* dalam analisis sentimen terhadap kebijakan kenaikan pajak pertambahan nilai 12%.

1.4. Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih untuk berbagai pihak sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah

Hasil analisis sentimen ini diharapkan dapat membantu pemerintah untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menjelaskan tujuan dan manfaat kebijakan kepada masyarakat, serta memahami persepsi masyarakat terhadap kebijakan kenaikan Pajak Penambahan Nilai (PPN).

2. Bagi Penulis

Penulis dapat memahami pola interaksi masyarakat pada media sosial X serta meningkatkan kemampuan analisis data, terutama dalam penggunaan metode *Support Machine Vector*.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini mencerminkan suatu aspirasi yang diharapkan dapat mendorong pemerintah untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang dampak kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

