



Analisis Sentimen Publik terhadap Kebijakan Insentif Perpajakan Dengan Pendekatan VADER

Windi Ariesti Anggraeni^{1*}, Fikri Fahru Roji², Muslim Alkautsar³

AFILIASI:

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Garut

*KORESPONDENSI:

windiariesti@uniga.ac.id

THIS ARTICLE IS AVAILABLE IN: <https://ejournal.umc.ac.id/index.php/JPK>

DOI: [10.32534/jpk.v10i4.4732](https://doi.org/10.32534/jpk.v10i4.4732)

CITATION:

Anggraeni, W. A., Fahru Roji, F., & Alkautsar, M. (2023). Analisis Sentimen Publik terhadap Kebijakan Insentif Perpajakan Dengan Pendekatan VADER. *Jurnal Proaksi*, 10(4), 465–477.
<https://doi.org/10.32534/jpk.v10i4.4732>

Riwayat Artikel :

Artikel Masuk:

9 September 2023

Di Review:

3 Oktober 2023

Diterima:

30 Oktober 2023

Abstrak

Kebijakan perpajakan sering kali menjadi isu yang kontroversial dan mendapat reaksi yang berbeda dari publik. Kebijakan yang dirancang oleh pemerintah sering kali memicu beragam tanggapan di kalangan masyarakat. Tanggapan ini mengandung beragam sentimen serta respons positif dan negatif di berbagai platform media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana sentimen publik terhadap kebijakan perpajakan khususnya program insentif pajak melalui media sosial Twitter. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan VADER (Valence Aware Dictionary And Sentiment Reasoner). Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan menerapkan metode analisis sentimen VADER yang belum banyak digunakan pada penelitian sebelumnya. Pendekatan ini dapat mengukur bagaimana respons masyarakat terhadap kebijakan perpajakan melalui media sosial, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang interaksi antara kebijakan publik dan persepsi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sentimen positif, apresiasi, dan dukungan atas kebijakan insentif pajak, sejalan dengan pernyataan bahwa insentif perpajakan memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan membantu sektor-sektor tertentu. Namun, juga terdapat kritikan dan pandangan negatif yang menyoroti masalah ketidaksetaraan dan ketidakpuasan terhadap distribusi insentif pajak.

Kata kunci: Insentif pajak; analisis sentimen

Abstract

Tax policies often become controversial issues and receive different reactions from the public. Policies designed by the government often trigger a variety of responses among the public. These responses contain various sentiments as well as positive and negative responses on various social media platforms. The purpose of this study is to analyze how public sentiment towards taxation policies, especially tax incentive programs through Twitter social media. The research method used is descriptive qualitative with the VADER (Valence Aware Dictionary And Sentiment Reasoner) approach. This research presents a novelty by applying the VADER sentiment analysis method that has not been widely used in previous studies. This approach can measure how people respond to taxation policies through social media, as well as provide a deeper understanding of the interaction between public policy and public perception. The results show that there are positive sentiments, appreciation, and support for the tax incentive policy, in line with the statement that tax incentives have the potential to encourage economic growth and help certain sectors. However, there are also criticisms and negative views that highlight issues of inequality and dissatisfaction with the distribution of tax incentives.

Keywords: Tax incentives; sentiment analysis

PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang sangat penting dan salah satu pilar utama pembangunan ekonomi negara. Pajak dapat digunakan untuk mendanai berbagai program pemerintah seperti pembangunan infrastruktur, pelayanan publik, pendidikan dan kesehatan. Namun terlepas dari pentingnya pajak bagi pembangunan ekonomi negara, masih banyak masyarakat yang belum memenuhi kewajiban perpajakannya (Nadi et al., 2023; Subandi & Ibnu Fadhil, 2018; Susyanti & Anwar, 2020). Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kesadaran dan persepsi masyarakat tentang pajak. Masyarakat memiliki persepsi bahwa membayar pajak adalah beban dan akan mengurangi daya beli mereka (Hamid et al., 2022). Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak yaitu kepercayaan kepada pemerintah dan keadilan tentang peraturan perpajakan yang berlaku (Guzel et al., 2019; Nasution et al., 2020).

Pada tahun 2020, Indonesia dihadapkan pada wabah pandemi Covid-19 yang berdampak besar pada berbagai sektor ekonomi. Respons terhadap dampak ekonomi tersebut menjadi fokus utama pemerintah (Anderson et al., 2020). Salah satu langkah yang diambil adalah penerapan kebijakan ekonomi, termasuk di dalamnya kebijakan fiskal, moneter, dan keuangan. Dalam upaya meredam dampak tersebut, pemerintah Indonesia menerapkan berbagai langkah, termasuk insentif pajak. Salah satu contoh adalah Peraturan Menteri Keuangan No. 23/PMK.03/2020, yang memberikan insentif pajak bagi wajib pajak terdampak wabah Virus Corona mulai 1 April 2020. Instrumen ini mencakup keringanan PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah (DTP), PPh Final UMKM Ditanggung Pemerintah, Pembebasan PPh Pasal 22 Impor, Pengurangan Angsuran PPh Pasal 25 sebesar 30%, dan Pengembalian pendahuluan PPN bagi PKP yang risikonya rendah dan telah menyampaikan SPT Masa PPN dengan bayar restitusi maksimal 5 miliar rupiah (Kartiko, 2020).

Kebijakan pajak selalu menjadi isu yang kontroversial dan seringkali mendapatkan reaksi yang berbeda dari masyarakat. Menteri Keuangan (Menkeu), Sri Mulyani Indrawati, bersama beberapa pejabat Kementerian Keuangan melakukan pertemuan dengan para influencer Jumat, 17 Maret 2023 (Kharismaningtyas, 2023). Para influencer yang hadir dalam pertemuan tersebut memberikan masukan, pandangan, aspirasi, dan kritik dari publik. Kementerian mendapatkan banyak masukan, terutama mengenai perbaikan dalam proses pemungutan pajak, pentingnya melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, serta perlunya mengubah cara berkomunikasi dengan publik. Selain itu, juga pemerintah diharapkan dapat lebih transparan tentang penanganan pelanggaran kepegawaian.

Kebijakan-kebijakan yang dirancang oleh DJP (Direktorat Jenderal Pajak) memicu beragam tanggapan di kalangan masyarakat. Tanggapan ini mengandung beragam sentimen serta respons positif dan negatif di lingkungan platform media sosial. Kehadiran media sosial saat ini menjadi semakin penting sebagai salah satu wadah utama dalam berkomunikasi. Kecepatan dan sebaran informasi pada media sosial sangat dipengaruhi oleh sejauh mana sebuah akun memiliki pengaruh di dalam jaringan sosial tersebut. Melalui pendekatan analisis sentimen, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini publik yang terbentuk dari adanya kebijakan insentif perpajakan pada media sosial Twitter.

Indonesia menjadi negara kelima terbesar pengguna Twitter di bawah Inggris dan negara besar lainnya (Kominfo, 2012). Potensi besar platform media sosial dalam membentuk opini memerlukan manajemen komunikasi dari pemerintah dan para pembuat kebijakan (Tsoy et al., 2021). Oleh karena itu, aspirasi dan concern masyarakat perlu diperhatikan dan direspon (Shrivastava & Kumar, 2019). Hasil survei DJP terhadap 12.800 wajib pajak menunjukkan 70% responden memberikan respon positif terhadap kebijakan insentif pajak (DDTCNews, 2020).

Pemberian insentif perpajakan kepada wajib pajak mampu mendukung pemulihan ekonomi nasional (Wulandari et al., 2022). Program-program dan langkah taktis tersebut memastikan

pertumbuhan ekonomi tetap terjaga. Insentif pajak juga memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM (Budiman et al., 2020; Ningsih et al., 2023; Riyanti et al., 2022). Kebijakan ini dapat memenuhi harapan wajib pajak, pengalihan nilai pajak UMKM yang dialihkan menjadi nilai modal dapat memberikan efek yang baik bagi kelangsungan usaha para pelaku UMKM sehingga pelaku UMKM dapat terdorong untuk meningkatkan kepatuhannya (Rudianti & Ningrum, 2022). Penelitian Indahsari & Fitriandi (2021) menunjukkan bahwa adanya kebijakan insentif pajak dapat mempengaruhi penerimaan PPN dan PPh. Sejalan dengan penelitian Utami & Waluyo (2023) dan Naitili et al., (2022), bahwa insentif pajak selama pandemi dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Sementara hasil penelitian Damayanti & Suyanto, 2022; Wahyudi (2021) menunjukkan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian (Wijaya & Buana, 2021) menunjukkan bahwa selama pandemi, wajib pajak menunjukkan keengganan dalam memanfaatkan insentif pajak karena kendala akses teknologi serta kurangnya manfaat langsung yang dirasakan.

Penelitian ini memiliki urgensi yang penting karena pajak adalah salah satu sumber pendapatan pemerintah yang sangat vital dan memainkan peran yang penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Menganalisis sentimen publik mengenai kebijakan pajak selama pandemi COVID-19 dapat berguna untuk memahami pengalaman di seluruh masyarakat (Bai et al., 2022). Penelitian ini dapat membantu pemerintah untuk merumuskan kebijakan pajak yang lebih efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhan pendapatan negara dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana reaksi masyarakat dalam merespon kebijakan pajak khususnya insentif perpajakan sehingga hasil dari penelitian ini dapat diperoleh poin-poin penting untuk perbaikan kebijakan perpajakan di Indonesia yang relevan dengan keberpihakan pada masyarakat dan memberikan saran kebijakan terkait reformasi pajak.

KAJIAN PUSTAKA

Insentif pajak

Insentif pajak adalah program yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan memberikan keringanan atau pengurangan beban pajak kepada individu atau perusahaan. Tujuannya adalah untuk mendorong investasi, pertumbuhan ekonomi, atau aktivitas tertentu. Insentif pajak dapat berbentuk pengurangan tarif pajak, pembebasan pajak, atau kredit pajak. Salah satu bentuk umum dari insentif pajak adalah pengecualian dari kewajiban pembayaran pajak (Suandy, 2006). Dalam hal ini, wajib pajak diberikan hak untuk tidak membayar pajak selama jangka waktu tertentu yang ditetapkan oleh pemerintah. Contoh nyata dari bentuk ini adalah istilah "tax holiday" atau pembebasan pajak (Badan Kebijakan Fiskal, 2018).

Bentuk insentif lainnya adalah pengurangan dari dasar pengenaan pajak. Ini berarti biaya tertentu dapat dikurangkan dari penghasilan yang dikenakan pajak, sering kali melebihi nilai seharusnya. Contoh bentuk ini termasuk "double deduction," "investment allowances," dan "loss carry forwards" (UNCTAD, 2022). Selanjutnya, ada juga insentif dalam bentuk pengurangan tarif pajak. Dalam jenis ini, tarif pajak umum dikurangi menjadi tarif khusus yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Biasanya, insentif semacam ini banyak ditemui dalam pajak penghasilan. Jenis terakhir dari insentif pajak adalah penangguhan pajak, di mana wajib pajak diberikan keringanan untuk menunda pembayaran pajak sampai waktu tertentu. Selama pandemi Covid-19, pemerintah Indonesia memberikan insentif pajak untuk merespons dampak negatif pada perekonomian (Darono, 2021). Misalnya, pengurangan tarif pajak seperti *corporate income tax* (Pajak Penghasilan Badan) dan Pajak Penghasilan pasal 21, yang ditanggung oleh pemerintah dari April 2020 hingga September 2020. Tujuan dari insentif ini adalah untuk memulihkan penerimaan pajak dan mendorong ketaatan wajib pajak.

Seiring dengan pandemi, pemerintah telah memberikan insentif pajak terkait PPh (Pajak Penghasilan) dan PPN (Pajak Pertambahan Nilai) sejak awal 2022, dan upaya ini telah diperpanjang

hingga akhir tahun tersebut. Insentif-insentif yang mendapat perpanjangan mencakup berbagai aspek, seperti insentif kesehatan yang awalnya diatur oleh PMK No. 226/PMK.03/2021 dan semula berakhir pada 30 Juni 2022, namun kini telah diperpanjang hingga Desember 2022 melalui PMK No. 113/PMK.03/2022 (Indonesia, 2021, 2022b). Selanjutnya, insentif pajak untuk Wajib Pajak terdampak pandemi, yang sebelumnya ditetapkan oleh PMK No. 3/PMK.03/2022 hingga 30 Juni 2022, juga mengalami perpanjangan hingga akhir tahun 2022 melalui PMK No. 114/PMK.03/2022 (Indonesia, 2022c, 2022a). Terakhir, berbagai bentuk insentif pajak dalam PMK No. 3/PMK.03/2022 seperti pembebasan PPh 22 atas impor (72 KLU), pengurangan angsuran PPh 25 (156 KLU), dan PPh Final atas jasa konstruksi (DTP) juga turut diperpanjang hingga Desember 2022. Kebijakan insentif pajak selama pandemi ini memiliki manfaat penting, seperti membantu mengatasi dampak krisis, mendukung permintaan barang dan jasa, serta membiayai upaya penanganan Covid-19 (Noor, 2022).

Analisis Sentimen

Sentimen adalah kecenderungan untuk merasakan rangsangan atau perubahan rangsangan. Analisis sentimen dan penggalian opini (*opinion mining*) adalah studi yang menganalisis opini, sentimen, evaluasi, sikap, dan emosi orang dari bahasa tertulis (Zhang & Liu, 2017). Semakin pentingnya analisis sentimen bertepatan dengan pertumbuhan media sosial seperti ulasan, forum diskusi, blog, Twitter, dan jejaring sosial. Analisis sentimen merupakan studi untuk menganalisis opini positif maupun negatif yang diungkapkan oleh pengguna di media sosial (Lee et al., 2019). Untuk menetapkan kebijakan, pembuat perlu mengidentifikasi semua hasil yang mungkin dengan menggunakan analisis data. Proses analisis data melibatkan pra pemrosesan data ke dalam bentuk yang sesuai dan kemudian menerapkan teknik ekstraksi untuk menarik kesimpulan (Shrivastava & Kumar, 2019). Analisis sentimen termasuk dalam metode yang melibatkan pengumpulan pendapat dan memverifikasi masukan baru yang akan diberikan. Analisis ini menggunakan teks data informal untuk menganalisis sentimen yang mewakili kata-kata dalam teks yang bersangkutan. Analisis sentimen mengkaji perilaku atau sikap seseorang untuk mengungkapkan perasaan tentang suatu topik pembahasan dan memberikan keputusan langsung tentang komentar, produk, kebijakan dan lain lain (Tabassum & Khan, 2019).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini berfokus secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis sentimen. Analisis sentimen merupakan *tools* analisis untuk data yang bertipe teks dan kontekstual (Nursiyono & Chotimah, 2021). Analisis sentimen atau *opinion mining* adalah sebuah proses otomatis yang bertujuan untuk memahami, mengekstrak, dan memproses data teks guna mengungkap informasi mengenai sentimen yang terkandung dalam suatu kalimat opini (Rozi et al., 2012).

Pengumpulan data bersumber dari cuitan (*tweet*) pada media sosial *Twitter*. Dengan melakukan pencarian data sesuai dengan kata kunci pada penelitian ini, diperoleh sampel sebanyak 2.136 *tweets*. Media sosial *Twitter* saat ini merupakan salah satu media sosial populer yang banyak digunakan oleh masyarakat dan bisa menyajikan data *real-time*, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengamati dan menganalisis opini publik yang sedang berkembang seiring berjalannya waktu. *Twitter* yang memiliki jutaan pengguna aktif memungkinkan banyak *tweet* yang diposting setiap hari. Ini memberikan peneliti akses ke sejumlah data yang besar untuk dianalisis. *Tweets* pada *Twitter* sering kali mencerminkan pandangan, sentimen, dan sikap masyarakat terhadap berbagai topik dan isu. Dengan menganalisis *tweet* yang relevan, peneliti dapat memperoleh wawasan tentang opini publik. Peneliti menggunakan kata kunci yang dibutuhkan sebagai cara untuk mengidentifikasi dan mengumpulkan *tweet* yang relevan dengan topik penelitian mereka. Dengan menerapkan metode

analisis sentimen pada *tweet* yang dikumpulkan, peneliti dapat mengidentifikasi dan memahami sentimen umum yang terkait dengan topik yang sedang diteliti.

Proses analisis data pada penelitian ini menggunakan bahasa pemrograman *Python* dengan pendekatan *VADER (Valence Aware Dictionary And Sentiment Reasoner)*. Analisis menggunakan *library VADER sentiment* dapat digunakan untuk menganalisis sentimen publik sebagaimana yang dilakukan oleh penelitian Sumitro et al. (2021); Syaifuddin & Muslimin (2022); dan Winarso et al., (2021).

VADER digunakan untuk menganalisis sentimen dalam teks dengan mengidentifikasi apakah teks mengandung sentimen positif, negatif, atau netral. Pendekatan ini memanfaatkan leksikon yang telah teridentifikasi dengan skor sentimen tertentu untuk setiap kata, sehingga mampu memberikan pemahaman tentang sentimen dalam teks secara otomatis. Tahapan penelitian dengan pendekatan *VADER*, antara lain (Hutto & Gilbert, 2014):

1. Pengumpulan Data: Data teks dari sumber seperti media sosial, ulasan, atau artikel dikumpulkan untuk dianalisis.
2. *Preprocessing*: Data teks dibersihkan dari karakter khusus, tanda baca, dan diubah ke bentuk standar untuk mempersiapkannya untuk analisis.
3. Analisis Sentimen: *VADER* diterapkan untuk memberikan skor sentimen pada setiap kata dalam teks berdasarkan leksikon. Skor ini dijumlahkan untuk mendapatkan nilai sentimen keseluruhan dari teks.
4. Interpretasi Hasil: Nilai sentimen diinterpretasikan untuk mengklasifikasikan teks sebagai positif, negatif, atau netral.
5. Validasi: Hasil analisis dapat divalidasi dengan membandingkan dengan label sentimen manusia atau melalui analisis lanjutan.

HASIL

Tahap pertama yang dilakukan pada penelitian ini adalah melakukan pengambilan data pada media sosial twitter. Keywords yang digunakan pada penelitian ini yaitu “insentif pajak”. Data yang terambil sebanyak 2.136 tweets dalam bahasa Indonesia selama tahun 2022. Dari jumlah tersebut, selanjutnya dilakukan filtering data untuk menghapus akun bot dan retweet redudan (tweet yang di-posting berulang dengan isi yang sama persis). Proses ini menghasilkan 1.268 tweet tersisa.

Adapun topik yang banyak muncul (*wordcloud*) terkait dengan insentif pajak disajikan pada Gambar 1:



Gambar 1. *Wordcloud* opini publik terkait Insentif Pajak

Sumber: data diolah peneliti, 2022

Tahap kedua yaitu *preprocessing*. Pada tahap ini, dilakukan beberapa proses pengolahan teks yang meliputi *cleansing* (menghilangkan tanda baca dan karakter seperti emoji, *mention*, hashtag, dll), *case folding* (membuat data *tweet* menjadi *lowercase*), *remove stopwords* (penghapusan kata-kata umum), *tokenization* (memecah suatu teks menjadi beberapa bagian), dan

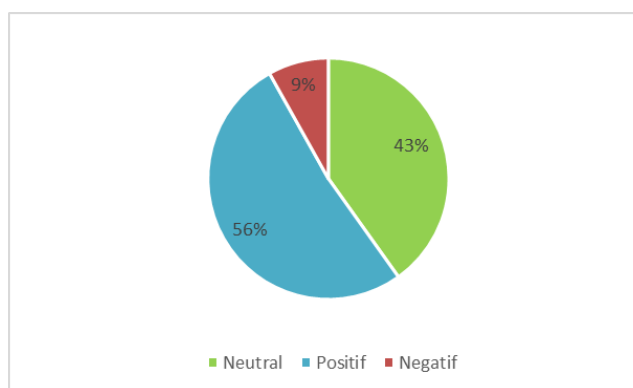
stemming (mengapus kata imbuhan dan mengkonversi menjadi kata dasar). Setelah menyelesaikan tahap *preprocessing*, langkah selanjutnya adalah tahap *translate* (penerjemahan) dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. Hal ini diperlukan karena peneliti menggunakan *library* analisis sentimen VADER yang beroperasi dalam bahasa Inggris. Setelah proses penerjemahan selesai, langkah berikutnya adalah pengklasifikasian *tweet*. Di tahap ini, dilakukan pemberian label sentimen (*labelling sentiment*) dan perhitungan skor polaritas (*score polarity*). Pendekatan yang digunakan adalah *Lexicon Based*, di mana metode ini bergantung pada kamus sebagai dasar bahasa atau leksikal.

Tabel 1. Proses *sentiment analysis* dengan VADER

Proses	Sebelum	Sesudah
<i>Cleansing</i>	Yuk perpanjang insentif pajak pph21 smp 2022. Yuk bisa yuk Bu Sri, lumayan kannn 😊	Yuk perpanjang insentif pajak pph21 smp 2022 Yuk bisa yuk Bu Sri lumayan kannn
<i>Case folding</i>	Yuk perpanjang insentif pajak pph21 smp 2022 Yuk bisa yuk Bu Sri lumayan kannn	yuk perpanjang insentif pajak pph21 smp 2022 yuk bisa yuk bu sri lumayan kannn
<i>Remove stopwords</i>	yuk perpanjang insentif pajak pph21 smp 2022 yuk bisa yuk bu sri lumayan kannn	yuk perpanjang insentif pajak pph yuk yuk bu sri lumayan
<i>Tokenization</i>	yuk perpanjang insentif pajak pph yuk yuk bu sri lumayan	['yuk', 'perpanjang', 'insentif', 'pajak', 'pph', 'yuk', 'yuk', 'bu', 'sri', 'lumayan']
<i>Stemming</i>	['yuk', 'perpanjang', 'insentif', 'pajak', 'pph', 'yuk', 'yuk', 'bu', 'sri', 'lumayan']	['yuk', 'panjang', 'insentif', 'pajak', 'pph', 'yuk', 'yuk', 'bu', 'sri', 'lumayan']
<i>Scores</i>	{ 'neg': 0.0, 'neu': 0.708, 'pos': 0.292, 'compound': 0.6542 }	
<i>Compound</i>	0,6542	
<i>Sentiment</i>	Positif	

Sumber: data diolah peneliti, 2022

Adapun analisis sentimen terkait insentif pajak pada media sosial Twitter disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Klasifikasi sentimen publik terkait Insentif Pajak

Sumber: data diolah peneliti, 2022

Kebijakan insentif perpajakan menimbulkan sentimen atau opini publik baik itu positif, negatif maupun netral. Berdasarkan hasil olah data, didapatkan hasil analisis sentimen 56% positif, 9% negatif dan 43% netral. Sentimen positif dan netral memiliki persentase lebih besar dalam hal ini karena dipengaruhi oleh tweet dari akun-akun yang isinya melontarkan pertanyaan terkait kebijakan

Anggraeni, Roji, Alkautsar

Analisis Sentimen Publik terhadap Kebijakan Insentif Perpajakan Dengan Pendekatan VADER

maupun update peraturan perpajakan. Selain itu, akun pemerintah dan berita nasional turut aktif meramaikan tweet dengan topik yang sedang tren dan relevan dengan apa yang sedang terjadi. Sementara untuk akun bot dan tweet redundan (tweet yang di-posting berulang dengan isi yang sama persis) sudah diminimalisasi oleh penulis dengan melakukan filtering data. Contoh tweet netral beberapa diantaranya:

Tabel 2. Contoh tweet sentimen netral

Akun	Konten
@BlokPow	@DitjenPajakRI Min, apakah insentif pajak covid19 bagi UMKM DTP diperpanjang masa berlakunya?
@Redaksi09	[NEWS] Insentif Pajak Kesehatan Diperpanjang Hingga Akhir 2022
@tempodotco	Ada insentif pajak dari pemerintah untuk calon investor di proyek IKN Nusantara.

Sumber: twitter, 2022

Sementara sentimen positif datang dari beberapa pengguna twitter yang memberikan apresiasi atas kebijakan insentif perpajakan yang diberikan oleh pemerintah. Mereka merasakan manfaat dari adanya kebijakan ini. Berikut contoh cuitan positif yang ditulis oleh beberapa akun twitter:

Tabel 3. Contoh tweet sentimen positif

Akun	Konten
@GunawanBakrie	Namun kita hrs optimis dan mengapresiasi kebijakan yg telah dan akan diambil oleh ibu Menkeu dlm mengurus persoalan pajak ini. Ada hal yg mjd perhatian saya bbrp waktu lalu ttg dampak dr kebijakan insentif pajak pasca pandemi.
@jagadmana	@JantunGPIisanG Jangan lupa dok. Rakyat pun juga selama covid dpt banyak insentif pajak. Termasuk tenaga medis.
@goro2bojo	@detikcom Langkah insentif pajak berhasil berarti ini y

Sumber: twitter, 2022

Publik juga berpendapat bahwa beragam bentuk insentif pajak dapat mendorong perekonomian. Selain meningkatkan daya beli masyarakat, juga mendorong akselerasi pertumbuhan UMKM. Sentimen negatif berisi kritikan dari pengguna twitter terkait kebijakan pajak, contohnya mereka berpendapat bahwa insentif pajak hanya berpihak kepada orang-orang yang diuntungkan saja, tidak untuk rakyat secara menyeluruh, tidak tepat sasaran, dan sebagainya. Contoh tweet negatif:

Tabel 4. Contoh tweet sentimen negatif

Akun	Konten
@****dam17	@efenerr Ya lihatnya jangan hanya pph doang, yg lain juga pajaknya naik bukan? buat karyawan gaji kecil tetap aja diperas. Giliran yg pengusaha ada amnesty pajaklah, insentif pajak. Knp sumber daya alam yg kaya tidak buat rakyat indonesia?
@****raprawira14	Kalau masalah jumlah itu kebijakan pemerintah bisa saja 1-2 tahun kedepan naik. Pengusaha asing diberikan insentif pajak, investor IKN juga dapat insentif pajak. Kenapa rakyat dengan penghasilan 5juta/bln di pajak in setiap tahun nya.
@****_Kupret_One	@DitjenPajakRI Kami sebagian besar Rakyat Indonesianya saldonya diambang batas penarikan Pak. Bapak enak, insentif pajak gedek, bisa beli Rubicon. La kami Rakyat bisa apa Pak, jangankan beli Rubicon, beli Motor Vario aja harus kredit 3 tahun Pak, harus hemat belanja bulanan. Malu kami PAP Saldo.
@****orahadi	@panca66 Semua harga dinaikkan buat kejar pajak dan cukai, di sisi lain para cukong menikmati insentif pajak bahkan ada yg bebas pajak. Sektor usaha kecil, mikro, bahkan informal yang terbukti menyelamatkan ekonomi dari resesi justru paling dikejar-kejar pajak nya.

Sumber: twitter, 2022

Analisis sentimen kebijakan pajak melalui pendekatan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pandangan publik dan sentimen terhadap kebijakan tersebut. Hasil

analisis ini juga menunjukkan masih adanya sentimen negatif di antara masyarakat (publik) terhadap kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, dalam hal ini kebijakan insentif perpajakan.

PEMBAHASAN

Selama pandemi covid-19, pemerintah melakukan berbagai upaya pemulihan ekonomi negara, salah satunya pada sektor pajak. Melalui insentif pajak, pemerintah memberikan keringanan kepada masyarakat khususnya mereka yang terdampak wabah covid-19. Program ini berlangsung hingga tahun 2021, selanjutnya pada tahun 2022 pemerintah melalui Siaran Pers Nomor SP- 45/2022 mengumumkan bahwa program insentif pajak diperpanjang.

Dalam analisis berbasis topik, topik-topik yang muncul dari data tweet mencakup:

1. Perpanjangan Masa Berlaku Insentif: Beberapa tweet mengajukan pertanyaan atau membahas perpanjangan masa berlaku insentif perpajakan, khususnya dalam konteks situasi pandemi COVID-19.
2. Dampak Terhadap Masyarakat dan Ekonomi: Banyak tweet membahas dampak dari insentif perpajakan terhadap masyarakat dan ekonomi secara keseluruhan, baik dari sudut pandang positif maupun negative.
3. Ketidaksetaraan dan Pemerataan Insentif: Terdapat diskusi tentang ketidaksetaraan dalam pemberian insentif pajak dan perlunya pemerataan serta keadilan dalam kebijakan ini.
- 4.

Dari data tweet yang diambil, terdapat berbagai macam sikap dan pandangan publik terhadap kebijakan insentif perpajakan, diantaranya:

1. Sentimen Positif dan Apresiasi: Sejumlah pengguna Twitter memberikan apresiasi atas kebijakan insentif perpajakan yang diberikan oleh pemerintah. Mereka merasakan manfaat langsung dari kebijakan ini dan merasa bahwa insentif pajak dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi dan masyarakat. Beberapa juga menunjukkan dukungan terhadap upaya pemerintah dalam mengatasi persoalan pajak pasca pandemi.
2. Dampak Terhadap Perekonomian dan UMKM: Publik juga berpendapat bahwa insentif pajak memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan usaha kecil menengah (UMKM). Ada pandangan bahwa insentif pajak dapat meningkatkan daya beli masyarakat serta mendukung perkembangan UMKM. Hal ini mengindikasikan pemahaman tentang hubungan antara insentif perpajakan dan pertumbuhan ekonomi.
3. Sentimen Negatif dan Kritik: Meskipun banyak apresiasi, sebagian pengguna Twitter juga menunjukkan sentimen negatif terhadap kebijakan insentif perpajakan. Beberapa di antaranya merasa bahwa kebijakan ini hanya menguntungkan sebagian orang dan tidak merata bagi seluruh masyarakat. Ada pandangan bahwa insentif pajak lebih berpihak kepada kelompok tertentu, seperti pengusaha dan investor, sementara rakyat biasa merasa terbebani oleh pajak. Kritik ini juga mencakup pernyataan bahwa insentif pajak seharusnya diberikan kepada sektor yang lebih membutuhkan, seperti usaha kecil, mikro, dan informal.

Penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat mengharapkan adanya perpanjangan insentif perpajakan sebagai bentuk keringanan pajak yang diberikan oleh pemerintah kepada para pelaku usaha maupun masyarakat yang terdampak. Sejalan dengan penelitian Bai et al. (2022), saat pandemi COVID-19, sentimen untuk menaikkan pajak menurun dan sentimen untuk mengurangi pajak meningkat. Sentimen positif yang muncul dari hasil penelitian ini juga sejalan dengan

penelitian [Budiman et al. \(2020\)](#) yang menyatakan bahwa pemanfaatan PPh UMKM memiliki dampak terhadap keberlangsungan UMKM sehingga UMKM sangat mengapresiasi kebijakan insentif perpajakan. Beban pajak yang ditanggung masyarakat dapat mendorong masyarakat untuk mengikuti program insentif pajak dengan harapan dapat meringankan beban mereka, sejalan dengan penelitian [Yuwono & Purwanti \(2022\)](#). Namun, masih dibutuhkan adanya sosialisasi atau pendampingan terkait kebijakan pajak ini agar informasi dapat diterima lebih menyeluruh. Sebagaimana penelitian [Diana & Eforis \(2022\)](#) yang mengatakan bahwa sosialisasi yang sering dilakukan secara signifikan dapat mendorong wajib pajak untuk memanfaatkan insentif pajak.

Penelitian-penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa kebijakan insentif perpajakan berdampak pada keberlangsungan usaha masyarakat ([Larasati & Purwanto, 2022](#); [Ningsih et al., 2023](#); [Riyanti et al., 2022](#); [Wulandari et al., 2022](#)), bahkan dapat meningkatkan penerimaan pajak ([Indahsari & Fitriandi, 2021](#); [Naitili et al., 2022](#); [Utami & Waluyo, 2023](#)). Sama halnya di beberapa negara lain, kebijakan insentif pajak berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM ([Daniel & Faustin, 2019](#); [Deyganto, 2022](#); [Leong et al., 2020](#); [Picas et al., 2021](#)). Hasil penelitian [Kumala & Bakar \(2022\)](#) juga menunjukkan bahwa implementasi kebijakan insentif pajak selama pandemi Covid-19 dalam rangka Pemulihan Ekonomi Nasional sangat efektif. Sementara, penelitian ini membahas lebih jauh terkait tanggapan yang terbentuk di antara masyarakat. Tidak semua UMKM ataupun masyarakat secara umum telah merasakan dampak positif dari adanya kebijakan insentif perpajakan, beberapa pelaku usaha ataupun masyarakat lainnya memberikan sentimen negatif. Tidak tepat sasaran, belum meratanya manfaat yang dirasakan oleh publik, adanya rasa kepercayaan yang rendah terhadap pemerintah, merupakan contoh bentuk kritik yang muncul. Seperti yang dikemukakan [Yulianto et al. \(2021\)](#) bahwa wajib pajak mengharapkan keadilan tentang sistem pemungutan pajak. Wajib pajak mengharapkan adanya timbal balik yang diterima sebanding dengan pajak yang dibayarkan oleh mereka. Ketika hal itu mereka dapatkan, maka kecenderungan mereka untuk mematuhi kewajiban perpajakan juga besar ([Anggraeni et al., 2021](#)). Adapun penelitian lain juga menunjukkan bahwa masih banyak wajib pajak yang tidak memanfaatkan insentif ini karena kurangnya informasi dan sosialisasi yang diberikan ([Keman et al., 2022](#)).

Dalam keseluruhan analisis, data yang diambil dari Twitter mencerminkan keragaman pandangan publik terhadap kebijakan insentif perpajakan. Adanya sentimen positif, apresiasi, dan dukungan atas kebijakan ini, sejalan dengan pernyataan bahwa insentif perpajakan memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan membantu sektor-sektor tertentu. Namun, juga terdapat kritikan dan pandangan negatif yang menyoroti masalah ketidaksetaraan dan ketidakpuasan terhadap distribusi insentif pajak. Pemerintah perlu merancang kebijakan yang secara khusus menangani isu-isu yang berkaitan dengan pertumbuhan yang berkelanjutan bagi UKM maupun sektor lainnya. Analisis ini memberikan wawasan yang berguna dalam memahami bagaimana masyarakat merespons dan memahami kebijakan insentif perpajakan yang diberlakukan oleh pemerintah.

KESIMPULAN

Analisis data tweet menunjukkan bahwa pandangan publik terhadap kebijakan insentif perpajakan sangat bervariasi. Terdapat sentimen positif berupa apresiasi dan dukungan atas kebijakan ini, khususnya dalam upaya mengatasi dampak ekonomi pasca pandemi. Banyak yang meyakini bahwa insentif perpajakan memiliki potensi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan mendukung usaha kecil menengah (UMKM). Namun, terdapat juga sentimen negatif yang mencakup kritikan terhadap distribusi insentif yang dianggap tidak merata, serta ketidaksetaraan dalam pemberian insentif tersebut.

SARAN

Saran terbagi menjadi dua :

1. Saran Praktis: Pemerintah sebaiknya memberikan informasi yang lebih transparan mengenai mekanisme dan kriteria pemberian insentif perpajakan, misalnya dengan aktif melakukan sosialisasi melalui berbagai saluran seperti situs web resmi, seminar, dan media sosial. Ini dapat membantu mengurangi ketidakpuasan dan mendorong kepercayaan publik terhadap kebijakan ini. Evaluasi periodik terhadap dampak insentif perpajakan pada sektor-sektor yang diinginkan, seperti UMKM juga sangat penting untuk dilakukan. Hal ini dapat memastikan bahwa insentif diberikan secara merata dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Pemerintah sebaiknya mendengarkan kritikan dan pandangan negatif dari publik serta berusaha untuk mengatasi masalah ketidaksetaraan yang disoroti. Pemerintah bisa mempertimbangkan penyesuaian kebijakan agar lebih inklusif dan adil.
2. Saran Teoritis: Saran untuk penelitian selanjutnya, analisis sentimen dapat dikembangkan dengan menambahkan analisis terkait sumber cuitan muncul (klasifikasi akun twitter) berdasarkan masing-masing kategori sentimen, sehingga bisa dianalisis lebih jauh sentimen yang terbentuk berasal dari individu/kelompok mana.

REFERENCE

- Anderson, R. M., Heesterbeek, H., Klinkenberg, D., & Hollingsworth, T. D. (2020). How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epidemic? *The Lancet Journal*, 395(10228), 931–934. [https://doi.org/10.1016/S01406736\(20\)305675](https://doi.org/10.1016/S01406736(20)305675)
- Anggraeni, W. A., Dahlan, M., & Yudianto, I. (2021). Determinan Intensi Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Bisnis Online Berdasarkan Theory of Planned Behavior. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(4), 2083. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i4.1007>
- Badan Kebijakan Fiskal. (2018). *Kajian Analisis Dampak Insentif Fiskal terhadap Investasi dan Harga Jual Listrik dari Energi Terbarukan*. Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan.
- Budiman, N. A., Indaryani, M., & Mulyani, S. (2020). Dampak Covid-19 dan Pemanfaatan Insentif Pajak terhadap Keberlangsungan Usaha pada UMKM Tenun Trosro Jepara. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(3), 276–285. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i3.3035>
- Damayanti, S., & Suyanto, S. (2022). Determinasi Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah di Masa Pandemi Covid-19. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(3), 851–865. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i4.987>
- Daniel, T., & Faustin, G. (2019). Effect of tax incentives on the growth of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Rwanda: A case study of SMEs in Nyarugenge district. *Journal of Accounting and Taxation*, 11(5), 89–98. <https://doi.org/10.5897/JAT2019.0339>
- Darono, A. (2021). *Insentif Pajak untuk Menekan Dampak Buruk Pandemi COVID-19 Berlanjut di Tahun 2021*. Kementerian Keuangan. <https://pen.kemenkeu.go.id/in/post/insentif-pajak-untuk-menekan-dampak-buruk-pandemi-covid-19-berlanjut-di-tahun-2021>
- DDTCNews. (2020). *Hasil Survei DJP: 70% WP Puas dengan Adanya Insentif Pajak*. DDTCNews.
- Deyganto, K. O. (2022). The effect of tax incentives practices on the sustainability of micro, small and medium enterprises in Ethiopia during the outbreak of corona virus pandemic. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 8. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00194-8>
- Diana, P., & Eforis, C. (2022). The Determinants of Tax Incentive Effectiveness During Covid-19 Pandemic. *GATR Accounting and Finance Review*, 7(2), 79–87. [https://doi.org/10.35609/afr.2022.7.2\(1\)](https://doi.org/10.35609/afr.2022.7.2(1))
- Guzel, S. A., Ozer, G., & Ozcan, M. (2019). The effect of the variables of tax justice perception and trust in government on tax compliance: The case of Turkey. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 78, 80–86.

Anggraeni, Roji, Alkautsar

Analisis Sentimen Publik terhadap Kebijakan Insentif Perpajakan Dengan Pendekatan VADER

- Hamid, N. A., Ismail, I. S., Yunus, N., Jali, M. N., & Rosly, A. S. (2022). Taxpayer Perceptions of Tax Awareness, Tax Education, and Tax Complexity among Small and Medium Enterprises in Malaysia: A Quadrant Analysis Approach. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 10(1), 231–242. <https://doi.org/10.13189/ujaf.2022.100124>
- Hutto, C. J., & Gilbert, E. (2014). *VADER: A Parsimonious Rule-based Model for Sentiment Analysis of Social Media Text*. <http://sentic.net/>
- Indahsari, D. N., & Fitriandi, P. (2021). Pengaruh Kebijakan Insentif Pajak Di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Penerimaan PPN. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 3(1), 24–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.31092/JPKN.V3I1.1202>
- Indonesia. (2021). Peraturan Menteri Keuangan Nomor 226/PMK.03/2021 Tentang Pemberian Insentif Pajak. In *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. <https://jdih.kemenkeu.go.id/en/dokumen/peraturan/abc8be0b-c8ad-4d0c-325a-08d9d4b56819>
- Indonesia. (2022a). Peraturan Menteri Keuangan Nomor 3/PMK.03/2022 Tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019. In *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.
- Indonesia. (2022b). Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 113/PMK.03/2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 226/PMK.03/2021. In *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/217317/pmk-no-113pmk032022>
- Indonesia. (2022c). Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 114/PMK.03/2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 3/PMK.03/2022 Tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019. In *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. <https://jdih.kemenkeu.go.id/download/cea00a51-edb5-4b5b-b682-5ac63bcc5841/114~PMK.03~2022Per.pdf>
- Kartiko, N. D. (2020). Insentif Pajak Dalam Merespons Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 11(1), 124–137.
- Keman, M. H., Putri, C. S., Andayani, W., & Priyanda, V. M. (2022). An Analysis of the Effectiveness of the Policy of Allocation on Income Tax Incentive Covered by the Government in the Context of Handling Corona Virus Disease 2019 (A Case Study of West Bekasi KPP Pratama in 2020). *Illomata International Journal of Tax and Accounting*, 3(2), 171–182. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v3i2.456>
- Kharismaningtyas. (2023, March). Buktikan Komitmen, Sri Mulyani Undang Influencer untuk Bahas Pajak. *Kompastv*. <https://www.kompas.tv/article/389676/buktikan-komitmen-sri-mulyani-undang-influencer-untuk-bahas-pajak>
- Kominfo. (2012). *Indonesia Peringkat Lima Pengguna Twitter*. Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia.
- Kumala, R., & Abu Bakar, I. (2022). Evaluation of the Utilization of Tax Incentive Policies during the Covid-19 Pandemic in the Framework of National Economic Recovery. *Illomata International Journal of Tax and Accounting*, 3(1), 366–374. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v4i1.422>
- Larasati, A. Y., & Purwanto, P. (2022). Dampak Ekonomi Dari Covid-19 Dan Pemanfaatan Insentif Pajak Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Kota Cimahi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 10(1), 35–43. <https://doi.org/10.17509/jpak.v10i1.42867>
- Lee, S. H., Cho, Y. W., & Im, E. T. (2019). A Study on Customer Satisfaction Analysis of Public Institutions using Social Textmining. *20th IEEE/ACIS International Conference on Software Engineering, Artificial Intelligence, Networking and Parallel/Distributed Computing (SNPD)*, 385–394.

- Leong, Z.-Y., Lee, T.-H., & Teoh, M. T.-T. (2020). Tax Compliance and Tax Incentive: An Investigation of SMEs During the Covid-19 Period. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 10(3). <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v10-i3/8010>
- Nadi, L., Irawati, W., & Amaliyah, A. (2023). Pemahaman Pajak Dan Tax Cost Compliance Terhadap Moralitas Wajib Pajak Dengan Mediasi Tax Service Quality. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*. <https://doi.org/10.18196/rabin.v7i1.16676>
- Naitili, S. L., Hatta Hambali, A. J., & Nurofik, N. (2022). Tax Incentives and Taxpayer Compliance of Micro, Small and Medium Enterprises: The Moderating Role of Tax Literacy. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 24(3), 420. <https://doi.org/10.14414/jebav.v24i3.2902>
- Nasution, M. K., Santi, F., Husaini, Fadli, & Pirzada, K. (2020). Determinants of tax compliance: A study on individual taxpayers in Indonesia. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 1401–1418. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(82\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(82))
- Ningsih, S. S., Agustina, Y., & Hidayat, A. P. (2023). Pengaruh Kebijakan Insentif Pajak Dan Dampak Covid- 19 Terhadap Pemulihan Ekonomi Pada Sektor UMKM Di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmaniyah*, 6(1), 98. <https://doi.org/10.51877/jiar.v6i1.262>
- Noor, N. (2022). *Kabar Gembira, Pemerintah Perpanjang Insentif Pajak Lagi*. www.pajak.go.id.
- Nursiyono, J. A., & Chotimah, C. (2021). Analisis Sentimen Netizen Twitter terhadap Pemberitaan PPN Sembako dan Jasa Pendidikan dengan Pendekatan Social Network Analysis dan Naive Bayes Classifier. *J Statistika: Jurnal Ilmiah Teori Dan Aplikasi Statistika*, 14(1), 52–58. <https://doi.org/10.36456/jstat.vol14.no1.a3868>
- Picas, S., Reis, P., Pinto, A., & Abrantes, J. L. (2021). Does Tax, Financial, and Government Incentives Impact Long-Term Portuguese SMEs' Sustainable Company Performance? *Sustainability*, 13(21), 11866. <https://doi.org/10.3390/su132111866>
- Riyanti, B., Krismonika, A., & Septiana, T. (2022). Keberlangsungan Usaha Umkm : Dampak Pandemi Covid-19, Insentif Pajak Dan Stimulus Bantuan Pemerintah. *Jesya*, 5(2), 1490–1503. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.750>
- Rozi, I. F., Pramono, S. H., & Dahlan, E. A. (2012). Implementasi Opinion Mining (Analisis Sentimen) untuk Ekstraksi Data Opini Publik pada Perguruan Tinggi. *EECCIS*, 6(1), 37–43.
- Rudianti, W., & Ningrum, S. W. (2022). Impact of MSME Tax Incentive Policy Affected by Covid-19 on Tax Compliance. *Economic Education Analysis Journal*, 11(3), 257–265. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v11i3.61665>
- Shrivastava, M., & Kumar, S. (2019). Investigating the Challenges and Methodologies of Sentiment Analysis. *IEEE Conference on Information and Communication Technology (CICT)*, 1–5. <https://doi.org/10.1109/CICT48419.2019.9066186>
- Suandy, E. (2006). *Perpajakan* (Edisi Kedua). Salemba Empat.
- Subandi, H., & Ibnu Fadhil, M. I. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak Bendahara Desa Di Kota Batu. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*. <https://doi.org/10.20473/baki.v3i1.5402>
- Sumitro, P. A., Rasiban, Mulyana, D. I., & Saputro, W. (2021). Analisis Sentimen Terhadap Vaksin Covid-19 di Indonesia pada Twitter Menggunakan Metode Lexicon Based. *J-ICOM - Jurnal Informatika Dan Teknologi Komputer*, 2(2), 50–56. <https://doi.org/10.33059/j-icom.v2i2.4009>
- Susyanti, J., & Anwar, S. A. (2020). Efek Sikap Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak Di Masa Covid 19. *Sebatik*. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i2.1166>
- Syaifuddin, A., & Muslimin, M. (2022). Analisis Sentimen Pada Sosial Media Tentang Implementasi Kebijakan PSE Kominfo Menggunakan Algoritme Lexicon Based. *SEMINAR NASIONAL FAKULTAS TEKNIK*, 1(1), 7–14. <https://doi.org/10.36815/semastek.v1i1.2>

- Tabassum, N., & Khan, M. I. (2019). Design an Empirical Framework for Sentiment Analysis from Bangla Text using Machine Learning. *International Conference on Electrical, Computer and Communication Engineering (ECCE)*, 1–5.
- Tsoy, D., Tirasawasdichai, T., & Ivanovich Kurpayanidi, K. (2021). Role of Social Media in Shaping Public Risk Perception during COVID-19 Pandemic: A Theoretical Review. *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE AND BUSINESS ADMINISTRATION*, 7(2), 35–41. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.72.1005>
- UNCTAD. (2022). *Corporate Income Taxes And Investment Incentives: A Global Review* (Issue 8). United Nations UNCTAD. <https://unctad.org/publication/corporate-income-taxes-and-investment-incentives-global-review>
- Utami, I. S. B., & Waluyo. (2023). Tax Justice Moderates the Effect of Tax Incentives, Online Systems, and Education Level on Individual Taxpayer Compliance. *International Journal of Social Science and Business*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i1.45500>
- Wahyudi, A. (2021). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing, Penerapan Sistem E-Billing, Kebijakan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 299–308. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.800>
- Wijaya, S., & Buana, B. K. (2021). Insentif Pajak Masa Pandemi Covid-19 Untuk Umkm : Studi Kasus Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tulungagung. Publik: *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 8(2), 180–201. <https://doi.org/10.37606/publik.v8i2.235>
- Winarso, D., Yanda Noor Yudha, & Syahril. (2021). Analisis Sentimen Masyarakat Pada Twitter Terhadap Isu Covid-19 Menggunakan Metode Lexicon Based. *JURNAL FASILKOM*, 11(2), 97–103. <https://doi.org/10.37859/jf.v11i2.2772>
- Wulandari, W., Teron, F. C. K., Agustina, D., & Rofiyanti, E. (2022). Evaluation of the Implementation of Tax Incentive Policy for Small and Medium Enterprises Affected by the Covid-19 Pandemic at the Tax Service Office Pratama Koja Utara Jakarta. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 3(2), 215–225. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v3i2.476>
- Yulianto, R. A. B., Darmayanti, N., & Rosyida, I. A. (2021). Pengaruh Pemahaman Atas Self Assessment System, Keadilan Dan Tarif Pajak Terhadap Penggelapan Pajak Pada UMKM Di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Proaksi*, 8(2), 512–522. <https://doi.org/10.32534/jpk.v8i2.2198>
- Yuwono, T., & Purwanti, D. (2022). The Effect Of Financial Distress And Tax Load On Tax Incentive Participation Programs Affected By The Covid-19 Pandemic. *Riset*, 4(2), 026–038. <https://doi.org/10.37641/riset.v4i2.172>
- Zhang, L., & Liu, B. (2017). Sentiment Analysis and Opinion Mining. In *Encyclopedia of Machine Learning and Data Mining* (pp. 1152–1161). Springer US. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7687-1_907