

Analisis Konseptual *Tax Sentiment Intelligence* untuk Meningkatkan Kepatuhan Pajak di Indonesia

Aldy Hermansyah¹, Roni Nur Hidayat², Ilham Ma'ruf Priyanto³

*Politeknik Keuangan Negara STAN^{1,2,3}, Jl. Bintaro Utama Sektor V, Jurangmangu
Timur Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15222, Indonesia*

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Aldy Hermansyah

E-mail: aldy_4131230066@pknstan.ac.id

| *Submit 21 November 2025* | *Diterima 2 Juni 2026* | *Terbit 20 Juli 2026* |

Abstract

Purpose: This study conceptually examines the application of Tax Sentiment Intelligence based on artificial intelligence as an innovation to improve tax compliance in Indonesia while exploring the relationship between trust in tax authorities, public perception in digital spaces, and taxpayer compliance.

Method: A systematic literature review for the period 2020–2025 was conducted using Google Scholar, OpenAlex, and CrossRef via Publish or Perish, and article selection followed the PRISMA protocol, resulting in 11 relevant studies.

Results: The bibliographic analysis identified two main clusters with weak interconnections: the methodological cluster of sentiment analysis techniques and the applied cluster of technology in public administration and taxation, with the framework and system nodes serving as connectors that underscore the urgency of an integrative framework. The literature synthesis indicates that negative public sentiment on social media correlates with weakened tax morale and declining voluntary compliance, while positive perceptions of tax authorities significantly promote compliance. Trust in tax institutions acts as the primary mediator between public perception and compliance behavior, but it can be undermined by perceptions of corruption or negative narratives circulating in the digital space. The integration of AI and NLP enables real-time sentiment monitoring, detection of shifts in collective sentiment, and early warning functions for the Directorate General of Taxes

Implications: The study recommends developing a Tax Sentiment Dashboard that combines diverse data sources, validation and cleansing mechanisms, locally adaptive algorithms, and interpretation modules that link sentiment indices with compliance indicators.

Novelty: This research proposes an initial conceptual framework for applying AI-based sentiment analysis in the Indonesian taxation context.

Keywords: SLR; tax compliance; sentiment analysis; artificial intelligence

Abstrak

Tujuan: Mengkaji secara konseptual penerapan Tax Sentiment Intelligence berbasis AI sebagai inovasi untuk meningkatkan kepatuhan pajak dan potensi penerapannya di Indonesia serta menelaah keterkaitan antara kepercayaan terhadap otoritas pajak, persepsi publik di ruang digital, dan tingkat kepatuhan wajib pajak.

Metode: Systematic literature review dengan pencarian artikel dari Google Scholar, OpenAlex, Crossreff dari tahun 2020 – 2025 menggunakan Publish or Perish. Proses seleksi artikel dipandu dengan protokol PRISMA yang menghasilkan 11 artikel terpilih.

Hasil: Analisis bibliografi mengidentifikasi dua klaster utama yang masih lemah keterkaitan-nya, yaitu klaster metodologis teknik analisis sentimen dan klaster aplikatif teknologi dalam administrasi publik dan perpajakan, dengan node framework dan system sebagai penghubung yang menegaskan urgensi kerangka integratif. Sintesis literatur menunjukkan sentimen negatif publik di media sosial berkorelasi dengan melemahnya tax morale dan menurunnya kepatuhan sukarela, sementara persepsi positif terhadap otoritas pajak mendorong kepatuhan secara signifikan. Kepercayaan (trust) terhadap institusi perpajakan berperan sebagai mediator utama antara persepsi publik dan perilaku kepatuhan, namun dapat diperlemah oleh persepsi korupsi maupun narasi negatif yang beredar di ruang digital. Integrasi AI dan NLP memungkinkan pemantauan sentimen secara real-time, deteksi perubahan sentimen kolektif, serta fungsi early warning bagi Direktorat Jenderal Pajak.

Implikasi: Penelitian ini merekomendasikan pengembangan Tax Sentiment Dashboard menggunakan beragam data, mekanisme validasi dan pembersihan data, algoritma adaptif terhadap konteks lokal, serta modul interpretasi yang mengaitkan indeks sentimen dengan indikator kepatuhan.

Kebaruan: Kebaruan penelitian ini adalah menawarkan kerangka konseptual penggunaan AI untuk melakukan analisis sentimen pada bidang perpajakan di Indonesia.

Kata kunci: SLR; kepatuhan pajak; analisis sentimen; artificial intelligence

PENDAHULUAN

Kepatuhan pajak di Indonesia masih menjadi tantangan utama dalam upaya optimalisasi penerimaan negara karena tingkat kepatuhan tidak hanya bergantung pada penegakan hukum, tetapi juga faktor kepercayaan publik terhadap sistem perpajakan. Kepatuhan pajak tidak sekadar soal memenuhi persyaratan teknis dalam undang-undang, seperti pelaporan dan pembayaran, tetapi juga mencakup kemauan dan sikap kooperatif dari wajib pajak, sehingga secara implisit bisa dikatakan mereka menempatkan pelaporan dan pembayaran sesuai sebagai komponen inti kepatuhan (James dan Alley, 2002). Menurut (Prastiwi dan Diamastuti, 2023), memperlakukan wajib pajak dengan hormat, seperti memberikan pelayanan yang baik saat menjelaskan kewajiban perpajakan maka otoritas pajak dapat membangun kepercayaan di antara wajib pajak sehingga dapat menghasilkan pelaporan pajak yang akurat dan meningkatkan kepatuhan pajak. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menjadi modal penting dalam memperkuat kepatuhan secara sukarela. Selain itu, (Tahar *et al.*, 2023) menemukan bahwa persepsi wajib pajak tentang tingkat korupsi pada institusi perpajakan dapat mempengaruhi kepatuhan perpajakan. Dengan kata lain, Ketika kepercayaan terhadap institusi perpajakan menurun, moral pajak (*tax morality*) Masyarakat ikut melemah. Sehingga peningkatan transparansi, akuntabilitas dan profesionalitas dari aparat pajak adalah strategi untuk memperkuat kepatuhan pajak di Indonesia.

Di era digital, opini masyarakat terhadap kebijakan pajak tidak hanya berbentuk interaksi langsung dengan petugas, tetapi juga dari informasi yang tersebar luas di media sosial. Menurut (Puklavec *et al.*, 2024), emosi dalam

percakapan digital berperan besar dalam membentuk persepsi pajak Masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa narasi pajak di ruang digital dapat memperkuat atau bahkan dapat merusak citra dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) secara cepat tergantung dari dinamika komunikasi publik. (Rahmawati *et al.*, 2025) juga menegaskan bahwa persepsi wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh tekanan sosial di dunia nyata tetapi juga dapat berasal dari dunia maya. Dengan demikian, opini digital berperan sebagai pembentuk moral pajak (*tax morality*) yang mempengaruhi niat kepatuhan wajib pajak. Untuk menjawab tantangan tersebut, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dapat memperkuat strategi komunikasi digital agar dapat menjaga kepercayaan publik.

Namun, selama ini pengukuran dan pemantauan persepsi publik terhadap kebijakan pajak masih mengandalkan survei tradisional, sehingga memiliki keterbatasan dari segi biaya, waktu, serta responden yang cakupannya relatif sempit. Di era digital saat ini, metode tradisional juga sering menghasilkan data yang bersifat statis atau kurang responsif, dan kurang mampu menggambarkan perubahan opini publik yang berlangsung dinamis. Ditambah lagi adanya kebijakan atau isu-isu yang dapat berubah-ubah secara signifikan, diperlukan sistem pemantauan yang adaptif untuk mengatasi hal ini. Di sisi lain, kemajuan teknologi *artificial intelligence* (AI) dan *natural language processing* (NLP) membuka banyak peluang baru untuk melakukan analisis secara otomatis jutaan percakapan publik di dunia digital, seperti di media sosial, forum daring, kolom komentar berita, dan sebagainya (Taherdoost dan Madanchian, 2023). Data tekstual yang jumlahnya besar dapat diolah dengan cepat untuk mengidentifikasi pola tren opini, emosi, dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan yang ada secara *real-time* menggunakan teknologi ini (Ligthart, Catal dan Tekinerdogan, 2021). Pendekatan menggunakan teknologi ini memungkinkan pengatur kebijakan, khususnya Direktorat Jenderal Pajak, memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan terkini terkait persepsi publik, sehingga data yang diperoleh tersebut dapat membantu pengambilan keputusan dan kebijakan publik yang lebih adaptif dan berdampak pada peningkatan kepatuhan pajak (Asri *et al.*, 2025).

Penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara kepercayaan publik dengan kepatuhan pajak (Kogler *et al.*, 2023; Prastiwi dan Diamastuti, 2023; Novita *et al.*, 2024; Coita *et al.*, 2023) dan kemampuan AI-NLP dalam melakukan analisis sentimen dengan data skala besar (Ligthart, Catal dan Tekinerdogan, 2021; Taherdoost dan Madanchian, 2023), masih terdapat beberapa kesenjangan penelitian yang belum terjawab dalam literatur terdahulu. Penelitian Tarigan dan Idrus (2024) telah melakukan analisis sentimen terhadap opini publik mengenai isu perpajakan di Indonesia, namun kajian tersebut tidak mengintegrasikan analisis sentimen dengan indikator kepatuhan pajak secara langsung. Sementara itu, Coita *et al.* (2023) yang menerapkan analisis sentimen

dalam konteks perpajakan hanya berfokus pada prediksi kepercayaan wajib pajak di Rumania menggunakan data survei, tidak mencakup perancangan mekanisme *early warning system* bagi otoritas pajak maupun adaptasi model terhadap konteks bahasa, budaya, dan sistem perpajakan Indonesia. Di sisi lain, penelitian Ligthart, Catal dan Tekinerdogan (2021) yang secara komprehensif memetakan perkembangan teknik analisis sentimen, tidak mengeksplorasi penerapannya dalam ruang lingkup perpajakan maupun administrasi publik. Kesenjangan penelitian ini divalidasi dengan hasil analisis bibliografi yang mengidentifikasi lemahnya keterkaitan antara klaster metodologis analisis sentimen dan klaster aplikatif yang berfokus pada administrasi publik, yang mengindikasikan minimnya integrasi teknis antara kemajuan NLP dengan praktik operasional perpajakan. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan membangun kerangka konseptual *Tax Sentiment Intelligence*, sekaligus sebagai kontribusi literatur berupa kerangka integratif yang menjembatani klaster metodologis analisis sentimen berbasis NLP dan klaster aplikatif administrasi perpajakan, yang secara kontekstual diadaptasi terhadap sistem perpajakan Indonesia yang memiliki karakteristik bahasa, budaya, dan institusional yang berbeda dari studi-studi sebelumnya.

Konsep *Tax Sentiment Intelligence* muncul sebagai inovasi yang memanfaatkan teknologi AI untuk membaca, mengukur, dan memantau sentimen publik terkait perpajakan secara *real-time*. Sebelumnya sudah terdapat inisiatif serupa yang memanfaatkan AI untuk melakukan analisis sentimen publik dalam berbagai bidang. Salah satunya adalah TheySaid, platform berbasis AI *sentiment analysis* yang dikembangkan untuk lembaga pemerintahan agar dapat memantau opini dan reaksi publik terhadap kebijakan secara *real-time* (TheySaid, 2025). Lebih lanjut, sistem ini mengekstraksi data dari berbagai sumber seperti survei daring, media sosial, dan forum publik untuk menghasilkan *insight* tentang kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap kebijakan tertentu. Kemudian ada Communiti Anlysis yang menggunakan gabungan NLP, *machine learning*, dan analisis semantik untuk mengukur persepsi publik terhadap kebijakan dan pelayanan publik (Ferguson, 2025). Meskipun demikian, pemanfaatan AI untuk melakukan analisis sentimen yang berfokus pada bidang perpajakan masih belum dilakukan. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini adalah melakukan analisis dan menawarkan kerangka konseptual penggunaan AI untuk melakukan analisis sentimen pada bidang perpajakan khususnya di Indonesia.

Penelitian ini mengaitkan kajian konseptual *Tax Sentiment Intelligence* dengan teori-teori perilaku kepatuhan pajak guna memperkuat landasan teoritis. Teori pertama adalah *tax morale theory*, menjelaskan bahwa kepatuhan pajak tidak hanya lahir dari rasa takut terhadap sanksi, tetapi juga dari motivasi batin seseorang yang dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial, rasa percaya terhadap institusi,

dan keyakinan bahwa sistem perpajakan berjalan secara adil (Torgler, 2007). Dengan kata lain, seseorang bisa taat pajak bukan karena terpaksa, melainkan karena merasa bahwa membayar pajak adalah hal yang benar untuk dilakukan. Dalam konteks digital saat ini, opini-opini yang beredar di media sosial memiliki kekuatan untuk membentuk atau bahkan meruntuhkan motivasi semacam itu secara kolektif, sehingga pemantauan sentimen publik menjadi sangat relevan secara teoritis.

Teori kedua adalah *slippery slope framework* yang dikembangkan oleh (Kirchler et al., 2008) yang menjelaskan bahwa kepatuhan pajak dipengaruhi oleh dua dimensi utama, yaitu seberapa besar kepercayaan masyarakat (*trust*) terhadap otoritas pajak dan seberapa kuat kekuasaan (*power*) otoritas tersebut dalam menegakkan aturan. Yang menarik dari kerangka ini adalah bahwa kepercayaan dan kekuasaan tidak bisa berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi. Ketika kepercayaan publik menurun, misalnya karena meningkatnya sentimen negatif yang menyebar di ruang digital, kepatuhan yang bersifat sukarela akan ikut melemah meskipun penegakan hukum tetap berjalan. Hal ini menunjukkan bahwa menjaga sentimen publik tetap positif bukan sekadar untuk pencitraan, melainkan hal penting dari strategi mempertahankan kepatuhan pajak secara berkelanjutan.

Teori ketiga adalah *theory of planned behavior* yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) yang berpendapat bahwa perilaku seseorang, termasuk keputusan untuk patuh atau tidak patuh terhadap kewajiban pajak, dipengaruhi oleh tiga hal yaitu sikap pribadi terhadap perilaku tersebut, norma subjektif atau tekanan sosial dari lingkungan sekitar, serta persepsi atas kontrol yang dimiliki terhadap perilaku itu sendiri. Fokus utama dalam konteks penelitian ini adalah ketiga elemen tersebut dapat terbentuk dan terpengaruh oleh interaksi dan informasi yang diterima seseorang di ruang digital. Sehingga narasi yang berkembang di media sosial dapat membentuk sikap, memengaruhi norma, dan mengubah persepsi kontrol wajib pajak sekaligus.

Analisis sentimen adalah suatu bentuk pengetahuan untuk menganalisis, memahami, mengolah, dan mengekstraksi data tekstual berupa opini yang diperoleh dari proses *data mining* (Zen, Wicaksana dan Alfidzar, 2022). Penggunaan analisis sentimen untuk kebijakan publik dapat bermanfaat untuk meningkatkan responsivitas, akuntabilitas, dan pembelajaran institusional (Ceron dan Negri, 2015). Dalam konteks perpajakan, informasi dari analisis sentimen dapat mengidentifikasi aspek yang memerlukan perbaikan dan evaluasi seperti domain yang masyarakat sering membutuhkan bantuan (Puklavec et al., 2023). Direktorat Jenderal Pajak dapat memperoleh sebuah *early warning system* terhadap penurunan kepercayaan masyarakat yang berpotensi menurunkan kepatuhan pajak. Informasi yang diperoleh dari proses analisis

sentimen diharapkan dapat digunakan untuk mengambil kebijakan yang berdasarkan data dan persepsi masyarakat.

Penerapan *Tax Sentiment Intelligence* memiliki potensi besar untuk meningkatkan kepatuhan pajak di Indonesia. Hal tersebut menegaskan urgensi inovasi sistem perpajakan berbasis *artificial intelligence* yang tidak hanya berfungsi sebagai alat pemantauan opini publik, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membangun kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, penting untuk mempelajari konsep *Tax Sentiment Intelligence* dalam konteks administrasi perpajakan dan dampaknya dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Atas dasar tersebut, tujuan penelitian ini adalah mengkaji potensi penerapan *Tax Sentiment Intelligence* dalam pemantauan opini dan persepsi publik terhadap kebijakan perpajakan, menjelaskan hubungan antara persepsi publik dan tingkat kepatuhan pajak, serta menawarkan kerangka konseptual dalam mengembangkan sistem analisis sentimen adaptif yang dapat digunakan sebagai acuan bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dengan menambah wawasan literatur mengenai penerapan teknologi AI dalam bidang administrasi perpajakan, memberikan masukan bagi DJP dalam merancang kebijakan komunikasi publik berbasis data, dan menjadi bahan pertimbangan inovasi kebijakan berbasis *data-driven decision making*.

METODE

Penelitian ini menggunakan *systematic literature review* (SLR) untuk mengkaji secara komprehensif konsep *Tax Sentiment Intelligence* untuk meningkatkan kepatuhan pajak dan potensi penerapannya di Indonesia. SLR menawarkan pendekatan yang terstruktur dan ketat untuk menyintesis penelitian yang sudah ada yang bertujuan untuk menangkap dan menilai secara kritis semua penelitian yang relevan tentang topik tertentu (Belahouaoui dan Attak, 2024). Penggunaan SLR dapat memberikan gambaran komprehensif tentang apa yang diketahui dalam suatu domain penelitian dan memberikan arahan untuk penelitian di masa depan berdasarkan apa yang belum diketahui dalam domain penelitian tersebut (Paul *et al.*, 2021).

Dalam memandu proses SLR, penelitian ini mengadopsi Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis (PRISMA). Penggunaan PRISMA meningkatkan transparansi dan kejelasan dengan mendokumentasikan secara sistematis setiap tahap, dari identifikasi penelitian hingga pemilihan artikel final, yang membantu mengurangi bias dan meningkatkan kelengkapan tinjauan (Belahouaoui dan Attak, 2024). Dengan mengumpulkan dan meninjau penelitian yang relevan secara sistematis, PRISMA memastikan pemahaman yang mendalam dan terstruktur tentang

konsep dan potensi penerapan *Tax Sentiment Intelligence* dalam meningkatkan kepatuhan pajak di Indonesia.

Identifikasi Pertanyaan Penelitian

Tinjauan pustaka yang dilakukan dimaksudkan untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian berikut, yaitu.

1. Apa yang dimaksud dengan konsep *Tax Sentiment Intelligence* dalam konteks administrasi perpajakan modern?
2. Bagaimana keterkaitan antara persepsi publik dan tingkat kepatuhan pajak menurut literatur terdahulu?
3. Bagaimana penerapan *Tax Sentiment Intelligence* dapat digunakan untuk meningkatkan kepatuhan pajak di Indonesia?

Identifikasi Penelitian Relevan

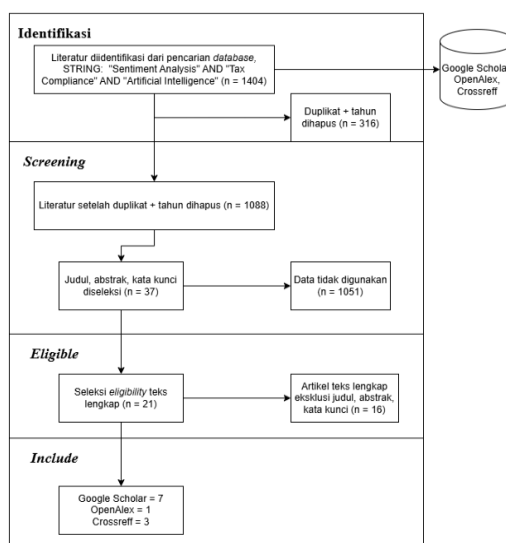
Pengumpulan penelitian dilakukan dengan menggunakan *software* Publish or Perish (Google Scholar, OpenAlex, dan Crossreff). Ketiga database tersebut dipilih karena bersifat *open-access*, memiliki cakupan multidisiplin yang luas, serta mendukung proses pencarian yang sistematis dan cocok untuk protokol SLR. Meskipun database seperti Scopus dan Web of Science menawarkan kurasi yang lebih ketat, namun kedua database ini memiliki eksklusivitas atau keterbatasan untuk aksesnya. Pemilihan ketiga database ini dinilai proporsional mengingat karakteristik penelitian yang bersifat konseptual dan eksploratif, sehingga keluasan cakupan literatur lebih diprioritaskan daripada eksklusivitas indeksasi. Kriteria inklusi yang ditetapkan adalah penelitian berbahasa Indonesia dan Inggris, dipublikasikan pada tahun 2020 hingga 2025, semua tipe penelitian (kuantitatif dan kualitatif), dan dapat diakses penuh. Kriteria inklusi juga menggunakan kombinasi kata kunci "*Sentiment Analysis*" AND "*Tax Compliance*" AND "*Artificial Intelligence*".

Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Inklusi	Eksklusi
Mengandung kata kunci " <i>Sentiment Analysis</i> " AND " <i>Tax Compliance</i> " AND " <i>Artificial Intelligence</i> "	Tidak mengandung " <i>Sentiment Analysis</i> " AND " <i>Tax Compliance</i> " AND " <i>Artificial Intelligence</i> "
Kuantitatif dan Kualitatif	-
Dipublikasikan tahun 2020 – 2025	Dipublikasikan di bawah tahun 2020
Bahasa: Indonesia dan Inggris	-

Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)

Strategi pengumpulan literatur dijelaskan menggunakan diagram PRISMA, sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Alur PRISMA Analisis bibliografi
Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)

Pemilihan Artikel

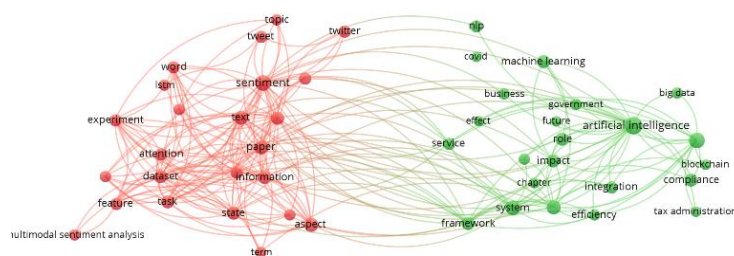
Proses pemilihan artikel dilakukan melalui penghapusan duplikasi dan tahun yang selanjutnya diidentifikasi berdasarkan kriteria inklusi. Proses selanjutnya adalah penyaringan berdasarkan judul, abstrak, dan kata kunci untuk menentukan artikel yang memenuhi syarat. Artikel yang memenuhi syarat akan dipelajari secara menyeluruh untuk menentukan kesesuaian artikel tersebut dengan tujuan penelitian. Artikel yang sesuai kemudian disusun ke dalam tabel yang berisi informasi mengenai nama penulis, tahun publikasi, metode penelitian, hasil, dan batasan penelitian. Hasil seleksi dan analisis menunjukkan bahwa artikel yang terpilih adalah OpenAlex (1 artikel), Crossref (3 artikel), dan Google Scholar (7 artikel).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis bibliografi terkait topik penelitian analisis konseptual penerapan *tax sentiment intelligence* untuk meningkatkan kepatuhan pajak mengidentifikasi dua klaster penelitian utama. Klaster pertama bersifat metodologis yang menitikberatkan pada perkembangan teknik analisis sentimen. Hal tersebut tercermin dari munculnya istilah seperti *sentiment*, *text*, *dataset*, *attention*, *LSTM*, dan *tweet* yang mencerminkan banyaknya studi eksperimental dan pengembangan model. Klaster ini terbentuk dalam domain ilmu komputer yang menguji model pada dataset generik seperti ulasan produk atau percakapan media sosial umum, tanpa mengintegrasikan konteks perpajakan. Sementara itu, klaster kedua lebih bersifat aplikatif yang berfokus pada penerapan teknologi di

ranah administrasi publik dan kepatuhan pajak, tercermin pada istilah seperti *artificial intelligence*, *tax administration*, *compliance*, dan *system/framework* yang mencerminkan riset di bidang administrasi publik dan perpajakan yang mayoritas masih mengandalkan instrumen survei konvensional dalam pengukuran kepatuhan.

Hubungan kedua klaster tersebut menunjukkan keterkaitan yang relatif lemah, meskipun terdapat istilah penghubung seperti *system*, *framework*, dan *impact*. Kondisi ini mengindikasikan bahwa penelitian yang secara langsung mengintegrasikan analisis sentimen ke dalam praktik operasional pengelolaan kepatuhan pajak masih terbatas. Keterbatasan tersebut mencerminkan bahwa dua domain akademik, yaitu ilmu komputer dan administrasi publik, masih berkembang secara terpisah dan memiliki tingkat integrasi yang rendah. Kesenjangan ini menegaskan urgensi penelitian di masa depan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dalam klaster metodologis untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan administrasi publik dalam klaster aplikatif. Terlebih lagi, *node framework* dan *system* menjadi titik temu krusial yang mengisyaratkan bahwa pengembangan kerangka konseptual seperti Tax Sentiment Intelligence merupakan langkah strategis dan mendesak untuk menjembatani kesenjangan tersebut.



Gambar 2. Analisis bibliografi
Sumber: Diolah oleh Penulis dengan VOSViewer (2025)

Selanjutnya setelah dilakukan penyaringan, ditemukan 11 artikel yang dijadikan referensi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Artikel Terpilih

Nama Penulis	Hasil/temuan Utama	Batasan Penelitian
(Tarigan dan Idrus, 2024)	Sebanyak 89,65% <i>tweet</i> perpajakan di Indonesia bercorak negatif dan berpotensi menurunkan kepatuhan, sementara model Naive Bayes-TF-IDF menunjukkan akurasi awal tinggi namun bias terhadap kelas negatif sehingga meskipun undersampling menyeimbangkan data, akurasi	Penelitian ini hanya menganalisis sentimen berdasarkan kata yang muncul tanpa mempertimbangkan makna konteks kalimat. Selain itu, akurasi model dipengaruhi ketidakseimbangan kelas

Nama Penulis	Hasil/temuan Utama	Batasan Penelitian
	turun dan sentimen positif maupun netral tetap sulit dikenali.	data, sehingga model kesulitan mengklasifikasikan sentimen positif dan netral.
(Kogler et al., 2023)	<i>Trust</i> dan <i>power</i> berhubungan negatif dengan penghindaran pajak sehingga perlu strategi pencegahan berbasis kepercayaan, namun keduanya sangat berkorelasi dan sulit dipisahkan sebagai dimensi terpisah. Selain itu, tingkat <i>shadow economy</i> turut memengaruhi variasi kepatuhan pajak dalam eksperimen.	Keterbatasan penelitian ini mencakup tingginya korelasi antara <i>trust</i> dan <i>power</i> , akurasi estimasi <i>shadow economy</i> yang masih diperdebatkan, serta penggunaan sampel mahasiswa yang kurang mewakili populasi umum.
(Zikrulloh, 2024)	Sikap dan norma subjektif tidak memengaruhi niat kepatuhan pajak, sedangkan <i>perceived behavioral control</i> dan moral pajak berpengaruh positif signifikan. Media sosial terbukti meningkatkan kepatuhan pajak melalui penguatan variabel-variabel tersebut, sehingga pemerintah perlu mengevaluasi strategi komunikasi perpajakan berbasis media sosial secara lebih efektif.	Penelitian ini memiliki keterbatasan jumlah sampel yang relatif kecil dan pengumpulan data yang hanya menggunakan kuesioner.
(Rahmawati et al., 2025)	Media sosial dan moral pajak terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepatuhan pajak, sehingga kombinasi edukasi perpajakan melalui media sosial dan penguatan moral pajak melalui pendidikan etika serta peningkatan kesadaran dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan penerimaan pajak.	Keterbatasan penelitian terlihat dari dominasi responden ASN di Solo Raya akibat keterbatasan akses, sehingga profesi kurang beragam. Selain itu, pengukuran peran media sosial dalam kepatuhan pajak masih jarang di literatur, sehingga penerapannya berpotensi menghadapi kendala.
(Febrian dan Figueredo, 2024)	LLM mampu mengekstraksi informasi dan menghasilkan insight relevan dari data keuangan pemerintah, sehingga berpotensi	KemenkeuGPT hanya menggunakan data parsial karena keterbatasan akses,

Nama Penulis	Hasil/temuan Utama	Batasan Penelitian
	menyederhanakan regulasi dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Kinerja KemenkeuGPT terus meningkat melalui continuous human feedback, serta diperkuat oleh proses iteratif berbasis RAG, prompt engineering, dan fine-tuning yang terbukti meningkatkan performanya secara signifikan sebagai alat pendukung keputusan sektor publik.	sehingga analisis tidak dapat mendalam. Data tidak dapat diperbarui otomatis dan harus diunggah manual. Evaluasi tetap memerlukan umpan balik ahli yang memakan waktu, dan antarmuka pengguna masih terbatas.
(Prastiwi dan Diamastuti, 2023)	Perlakuan hormat dari petugas pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan, sedangkan prosedur otoriter justru meningkatkan ketidakpatuhan karena memicu rasa takut dan ketidakpercayaan. Kepercayaan menjadi mediator parsial dalam hubungan tersebut, sehingga pendekatan berbasis rasa hormat, transparansi, dan dukungan lebih efektif dibanding metode yang bersifat memaksa atau intimidatif.	Penelitian ini terbatas pada data survei yang berpotensi bias dan hanya mengukur persepsi wajib pajak, sehingga tidak mencakup faktor lain yang dapat memengaruhi kepatuhan. Selain itu, hasilnya bersifat kontekstual pada kondisi Indonesia sehingga generalisasinya perlu hati-hati.
(Garcia dan Mateos, 2021)	SNA mampu mengungkap pola hubungan mencurigakan melalui perluasan jaringan keluarga, identifikasi komunitas, dan deteksi struktur seperti carousel fraud. Pendekatan ini berhasil mengidentifikasi commercial rings, daisy chains, dominance flows, serta kepemilikan perusahaan berlapis yang berisiko tinggi. Pengembangan teknik seperti deteksi anomali, Bayesian dialysis, dan ego network juga meningkatkan akurasi pemeriksaan hingga 96% dalam mendeteksi penipu VAT.	Batasan utama penelitian adalah bahwa penelitian ini menggunakan data AEAT tetapi tidak ditinjau atau mewakili pandangan AEAT, tidak dapat menggunakan metode eksperimental karena batasan legal, dan analisis sangat bergantung pada kompleksitas serta kualitas data administratif yang harus diinferensi atau diestimasi.
(Junhui, 2025)	AI dapat dimanfaatkan untuk memantau opini publik, memetakan sentimen terkait kebijakan pemerintah, dan	Batasan utama penelitian ini terletak pada kekhususan budaya Korea Selatan membatasi

Nama Penulis	Hasil/temuan Utama	Batasan Penelitian
	mendukung pengambilan keputusan publik. Publik menuntut tata kelola AI yang etis dengan fokus pada transparansi, keandalan, dan pengawasan, terutama terkait dampaknya pada pendidikan, kesehatan, dan pekerjaan. Pemerintah juga didorong untuk mewajibkan <i>*explainability*</i> pada sistem AI, khususnya di lembaga publik dan layanan yang berdampak langsung pada masyarakat.	generalisasi ke budaya lain, bias platform yang terpengaruh karakter pengguna, dan perubahan suasana publik yang cepat yang mungkin tidak menggambarkan kondisi terkini.
(Novita <i>et al.</i> , 2024)	Di Indonesia, kepercayaan meningkatkan kepatuhan pajak melalui etika pajak, sedangkan di Malaysia tidak berpengaruh karena sistem pemotongan otomatis. Di kedua negara, etika pajak akan menurun jika pajak dianggap tidak adil, koruptif, atau tarif terlalu tinggi, dan tax amnesty tidak memoderasi hubungan kepercayaan dengan kepatuhan.	Penelitian memiliki keterbatasan karena tidak bisa memastikan wajib pajak yang ikut program tax amnesty benar-benar berubah menjadi patuh, atau hanya ikut karena ada kesempatan pengampunan pajak
(Gosaibi <i>et al.</i> , 2020)	Chatbot, sentiment analysis, dan KPI berbasis metadata sintetis efektif mendukung pengambilan keputusan dan pemantauan kinerja. Chatbot mampu mengurangi beban administratif, sentiment analysis membantu klasifikasi dan prioritas dokumen, sementara KPI memberikan gambaran real-time kinerja pegawai dan departemen untuk dasar keputusan strategis.	Batasan utama penelitian ini adalah penggunaan data sintetis yang hanya merepresentasikan asumsi struktur dan alur kerja organisasi, sehingga efektivitas <i>framework</i> yang dikembangkan belum dapat divalidasi secara akurat terhadap kompleksitas proses dan dinamika nyata di lingkungan pemerintahan.
(Coita <i>et al.</i> , 2023)	Kepercayaan terhadap sistem fiskal dipengaruhi oleh kualitas layanan publik, dorongan investasi, dan alokasi dana yang efisien. Persepsi fiskal yang lemah, koruptif, atau tidak stabil menurunkan kepercayaan dan	Ketergantungan pada data survei <i>self-reported</i> dari 900 responden yang hanya mewakili kelompok masyarakat tertentu di Rumania, sehingga temuan

Nama Penulis	Hasil/temuan Utama	Batasan Penelitian
	tercermin dalam sentimen negatif di media sosial. Pemerintah perlu meningkatkan layanan publik, investasi, dan transparansi untuk memperkuat kepatuhan pajak.	mengenai prediksi trust dan kepatuhan pajak belum dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas.

Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)

Hubungan Persepsi Publik dan Kepatuhan Pajak

Persepsi publik memiliki pengaruh yang signifikan pada sistem perpajakan terutama pada tingkat kepatuhan wajib pajak, yaitu berupa kepatuhan secara sukarela maupun kepatuhan yang bersifat terpaksa. Wajib pajak yang memiliki persepsi positif terhadap sistem dan kebijakan pada perpajakan cenderung memiliki rasa sukarela untuk melaksanakan kewajiban pajaknya. Namun, apabila persepsi publik negatif atau kurang percaya pada sistem dan kebijakan perpajakan, cenderung tidak sukarela dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, bahkan sampai melakukan penghindaran pajak (Tarigan dan Idrus, 2024). (Kogler et al., 2023) melalui penelitiannya menjelaskan bahwa keseimbangan antara kepercayaan (*trust*) dan kekuasaan otoritas pajak (*power of authority*) berperan signifikan dalam mencapai tingkat kepatuhan pajak yang optimal.

Pola ini diperkuat oleh temuan (Prastiwi dan Diamastuti, 2023) yang membuktikan bahwa kepercayaan berfungsi sebagai mediator parsial antara kualitas layanan atau perlakuan otoritas pajak dan kepatuhan wajib pajak dan (Novita et al., 2024) yang menemukan bahwa mekanisme mediasi kepercayaan ini bekerja secara berbeda di Indonesia dan Malaysia akibat perbedaan sistem pemungutan pajak. Temuan-temuan tersebut menegaskan urgensi pendekatan kontekstual mengingat hubungan antara kepercayaan dan kepatuhan tidak dapat digeneralisasi untuk lintas sistem perpajakan. Lebih lanjut, penelitian (Tahar et al., 2023) melengkapi pola ini dengan menemukan bahwa persepsi korupsi berperan sebagai variabel moderator yang melemahkan kekuatan mediasi kepercayaan terhadap kepatuhan pajak. Secara keseluruhan, keseluruhan literatur yang ditinjau mengidentifikasi bahwa kepercayaan terhadap sistem dan kebijakan perpajakan dibentuk oleh interaksi antara otoritas pajak dan wajib pajak, namun diperlemah oleh persepsi terhadap integritas institusi. Oleh karena itu, persepsi publik bukan hanya mencerminkan opini masyarakat terhadap pemerintah, tetapi juga sebagai indikator psikologis yang menentukan efektivitas sistem dan kebijakan perpajakan.

Di era digital sekarang ini, persepsi publik tidak hanya dalam bentuk interaksi langsung dengan institusi dan otoritas, tetapi juga dalam bentuk opini, kritik, dan komentar di media sosial dan platform digital lainnya. Isu-isu terkini

seperti kebijakan reformasi pajak, kebocoran data, sistem perpajakan yang rumit, hingga isu terkait integritas pegawai pajak dapat dengan cepat menyebar dan membentuk persepsi kolektif dari masyarakat. Ketika persepsi publik negatif mendominasi ruang digital, hal ini dapat menurunkan kepercayaan publik terhadap kebijakan dan otoritas perpajakan yang berdampak pada terhambatnya kepatuhan pajak sukarela (Asri et al., 2025). Hal tersebut diperkuat oleh penelitian (Coita et al., 2023) yang menjelaskan bahwa wajib pajak yang sering memiliki sentimen negatif cenderung memiliki kepatuhan rendah dan berpotensi melakukan penghindaran pajak. Signifikansi temuan tersebut semakin kuat karena sentimen negatif yang teridentifikasi oleh (Coita et al., 2023) tidak hanya berasal dari pengalaman langsung wajib pajak, namun juga berasal dari narasi kolektif yang terbentuk dan tersebar di media sosial.

Lebih jauh, interaksi di media sosial terbukti secara aktif membentuk persepsi perpajakan. Hal ini dikonfirmasi oleh temuan (Zikrulloh, 2024) yang menjelaskan bahwa paparan media sosial memperkuat *perceived behavioral control* dan tax morale wajib pajak, sedangkan penelitian (Rahmawati et al., 2025) mempertegas hal tersebut dengan menunjukkan bahwa tekanan sosial bersumber dari ruang digital memengaruhi tax morale yang setara dengan tekanan sosial dari interaksi langsung. Ketiga studi tersebut menunjukkan bahwa ruang digital selain mencerminkan persepsi publik yang telah terbentuk sebelumnya, juga dapat secara aktif membentuk dan menurunkan kepercayaan institusional yang merupakan mediator utama kepatuhan. Oleh karena itu, sentimen negatif di ruang digital yang tidak segera diatasi dengan tepat, berpotensi menurunkan kepercayaan wajib pajak yang telah terbangun antara otoritas pajak dan wajib pajak.

Dengan demikian, melakukan pemantauan persepsi publik menjadi langkah strategis bagi DJP dalam menyusun kebijakan perpajakan yang efektif. Melalui *Tax Sentiment Intelligence*, DJP dapat mengidentifikasi setiap perubahan persepsi publik secara real-time, merespons isu yang beredar di masyarakat dengan cepat, dan mengembangkan kebijakan berbasis data persepsi masyarakat (*data-driven public perception*) dari *platform digital* (Rizky dan Alrasyid, 2025). Sehingga, hubungan antara persepsi publik dan kepatuhan pajak dapat dikelola dan dipantau secara adaptif yang berdampak pada peningkatan kepercayaan dan kepatuhan yang berkelanjutan.

Penerapan AI dalam Pengukuran Persepsi Publik

Perkembangan *artificial intelligence* (AI) memberikan peluang baru dalam memantau persepsi publik, khususnya dalam kebijakan perpajakan. Menurut laporan (OECD, 2025), AI memungkinkan untuk melakukan analisis secara otomatis terhadap data dalam jumlah besar yang bersumber dari media sosial, berita daring, forum diskusi digital, dan platform digital lainnya. Melalui cabang

AI yaitu *natural language processing* (NLP) dan *sentiment analysis*, sistem dapat mengenali opini, sikap, hingga emosi masyarakat dari teks yang diunggah di platform digital (Sipayung, 2024). Pendekatan ini lebih efisien dibandingkan dengan survei konvensional karena AI mampu memproses data secara *real-time* dengan lingkup cakupan yang jauh lebih luas. Selain aspek efisiensi, penggunaan AI juga mengatasi keterbatasan metode tradisional yang menyangkut aspek validasi temporal, seperti penelitian (Coita *et al.*, 2023; Novita *et al.*, 2024) yang menggunakan instrumen survei hanya dapat menangkap kondisi persepsi pada satu titik waktu tertentu dan tidak dapat mendeteksi perubahan kepercayaan yang berlangsung secara cepat sebagai respons terhadap isu-isu perpajakan yang berkembang di ruang digital. Terlebih lagi, AI memiliki keunggulan untuk mengidentifikasi adanya pola sentimen positif, negatif, atau netral, serta memetakan atau memberikan label pada tren opini publik terhadap kebijakan pajak tertentu, seperti perubahan tarif, amnesti pajak, insentif digital, dan lain sebagainya (Mao, Liu dan Zhang, 2024). Oleh karena itu, penerapan *Tax Sentiment Intelligence* ini berpotensi memberikan gambaran yang lebih akurat dan dinamis terhadap persepsi publik dibandingkan metode tradisional yang bersifat statis dan terbatas terutama dari segi waktu dan biaya.

Dalam konteks perpajakan, penerapan *Tax Sentiment Intelligence* dapat menjadi langkah strategis bagi DJP untuk memantau opini publik secara berkelanjutan. Sistem ini memungkinkan DJP mengidentifikasi isu sensitif, seperti keluhan terhadap pelayanan pajak, persepsi terhadap kebijakan fiskal, atau respon publik terhadap reformasi kebijakan. Hasil analisis sentimen dapat digunakan untuk menyusun evaluasi kebijakan yang lebih adaptif, sehingga kepercayaan publik meningkat dan memperkuat citra institusi pajak (Febrian dan Figueredo, 2024). Misalnya, jika sistem mendeteksi adanya peningkatan sentimen negatif terhadap kebijakan tertentu, DJP dapat segera merespon dengan meluncurkan berita klarifikasi ataupun edukasi berbasis data untuk mengoreksi persepsi tersebut. Dengan langkah tersebut, sistem ini tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis, tetapi juga sebagai *early warning system* yang membantu proses pengambilan keputusan dengan berbasis data.

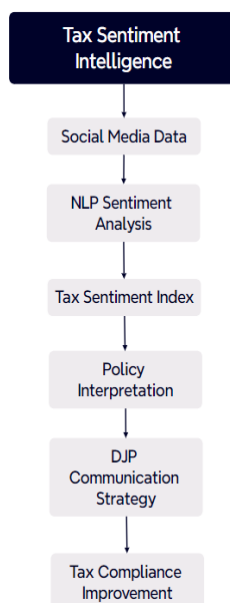
Berbagai pemerintahan dan lembaga riset dari negara lain mulai melakukan penelitian alat pemantauan opini publik berbasis AI, berupa *dashboard real-time* maupun analitik untuk membantu proses pengambilan keputusan. Penelitian oleh (Garcia dan Mateos, 2021) di Spanyol menunjukkan bahwa penggunaan alat analitik jaringan sosial (Social Network Analysis) dan big-data oleh Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) berhasil mendeteksi pola ketidakpatuhan pajak dengan akurasi mencapai 96%, penelitian ini menjelaskan bagaimana data digital dapat mendukung fungsi pengawasan dan penegakan pajak. Di sisi lain, penelitian dari (Junhui, 2025) memperlihatkan bahwa pemerintah Korea Selatan mulai melakukan strategi pengembangan AI

yang berorientasi tindakan preventif, berupa pemantauan opini publik secara berkelanjutan dan teknologi lain untuk pengambilan keputusan publik, mengantisipasi ketidakpatuhan, serta analisis media untuk melakukan pemetaan sentimen publik terkait kebijakan pemerintah. Selain itu, pemerintah Arab Saudi dalam penelitian (AlGosaibi et al., 2020) juga mengembangkan teknologi yang mengintegrasikan analisis sentimen, chatbot, dan KPI ke dalam ekosistem layanan publik yang dapat meningkatkan efektivitas dan kualitas layanan. Berdasarkan ketiga studi tersebut, dapat diidentifikasi pola progresif perkembangan penerapan AI dalam administrasi publik, mulai dari fungsi reaktif untuk mendeteksi ketidakpatuhan yang telah terjadi (Garcia dan Mateos, 2021), menuju fungsi proaktif yang mengantisipasi ketidakpatuhan melalui pemanfaatan analisis sentimen (Junhui, 2025), hingga fungsi integratif yang menghubungkan pemantauan sentimen dengan ekosistem layanan publik untuk pengambilan keputusan dan peningkatan kinerja layanan (AlGosaibi et al., 2020).

Implementasi praktis dari sistem analitik ini diwujudkan sebagai *real-time sentiment dashboards*, yaitu platform yang memvisualisasikan data tren sentimen, topik hangat, dan lonjakan volume opini, sehingga memudahkan penyusun kebijakan dalam mendeteksi pergeseran persepsi publik dan meresponnya dengan lebih cepat. Kelayakan teknis dari pendekatan ini telah dibuktikan oleh penelitian (Febrian dan Figueredo, 2024) melalui pengembangan Kemenkeu GPT, yang menunjukkan bahwa infrastruktur dan kapasitas teknis untuk mengadopsi sistem berbasis AI di lingkungan institusi keuangan pemerintah Indonesia sudah mulai terbentuk. Dari pembahasan tersebut, penerapan AI memungkinkan DJP untuk beralih dari survei tradisional ke pemantauan sentimen publik yang lebih dinamis dan responsif, sehingga potensi dampak negatif pada kepatuhan pajak dapat dideteksi dan ditangani lebih awal.

Model *Tax sentiment Intelligence* mengintegrasikan analisis data publik untuk menciptakan sistem informasi yang adaptif bagi Direktorat Jenderal Pajak. Skema alur kerja model ini dimulai dengan pengumpulan data publik di platform media sosial yang merekam opini dan reaksi pengguna media sosial terhadap kebijakan fiskal pemerintah. Kemudian data yang diperoleh diproses dengan Teknik *Natural Language Processing* (NLP) untuk melakukan analisis sentimen yang akan menghasilkan Indeks Sentimen Pajak. Indeks ini selanjutnya menjadi masukan untuk interpretasi kebijakan dan perumusan Strategi Komunikasi Direktorat Jenderal Pajak yang tepat dengan harapan dapat meningkatkan kepatuhan pajak. Algoritma NLP ini dapat mendeteksi perubahan emosi kolektif secara waktu nyata sebagai bentuk peringatan dini terhadap potensi krisis kepercayaan. Pemahaman pola ini sangat penting karena data sentimen publik dapat berfungsi sebagai indikator kepercayaan masyarakat terhadap institusi pajak, yang pada akhirnya akan berhubungan dengan tingkat kepatuhan pajak.

Model Konseptual "Tax Sentiment Intelligence"



Gambar 3. Diagram alur konsep Tax Sentiment Intelligence

Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

Penerapan model ini menyebabkan adanya hubungan sebab-akibat yang dapat terlihat ketika DJP menafsirkan Indeks Sentimen Pajak untuk merancang Langkah kebijakan dan strategi komunikasi yang tepat sasaran. Bila analisis menunjukkan kenaikan sentimen negatif yang dipicu narasi ketidakadilan, DJP dapat menyesuaikan pesan dengan cara misalnya menerangkan manfaat belanja publik serta menyorot transparansi penggunaan pajak sehingga mengurangi miskomunikasi. Penelitian lokal menegaskan bahwa opini tentang keadilan tidak selalu lahir dari pengalaman pribadi, tetapi juga dari tekanan sosial dari informasi yang beredar di dunia maya sehingga dapat dikatakan bahwa intervensi digital dapat mengubah *tax morale* (Rahmawati et al., 2025). Secara kausal, Ketika komunikasi DJP menjadi lebih responsif dan transparan berdasarkan bukti indeks, tingkat kepercayaan publik cenderung meningkat. Peningkatan kepercayaan inilah yang kemudian akan berkontribusi pada naiknya kepatuhan pajak.

Implikasi bagi DJP

Secara Praktis, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dapat memanfaatkan teknologi digital untuk membangun Tax Sentiment Dashboard sebagai alat pemantau persepsi publik terhadap kebijakan pajak di media sosial. Melalui analisis sentimen yang berbasis machine learning, DJP dapat mengetahui kecenderungan opini Masyarakat bisa positif, netral, atau negatif terhadap isu pajak yang sedang berkembang. Menurut (Zikrulloh, 2024), media sosial

dapat menjadi ruang penting dalam membentuk sikap wajib pajak karena mempengaruhi norma subjektif dan persepsi perilaku terhadap kepatuhan pajak. Dengan memanfaatkan data tersebut, DJP dapat dengan cepat merespon publik dengan lebih cepat dan responsif serta tepat sasaran. (Prastiwi dan Diamastuti, 2023) juga menegaskan bahwa perlakuan yang transparan dan menghormati wajib pajak akan meningkatkan rasa percaya dan kesediaan untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan. Oleh karena itu, pengembangan Tax Sentiment Dashboard bukan sekedar inovasi teknologi, tetapi instrumen strategis untuk menjaga dan memperkuat kepercayaan publik terhadap otoritas pajak.

Secara strategis, data yang dihasilkan dari Tax Sentiment Dashboard dapat dimanfaatkan sebagai indikator tambahan dalam manajemen risiko kepatuhan pajak. Informasi tentang persepsi publik terhadap kebijakan pajak memungkinkan DJP mendeteksi potensi penurunan kepatuhan lebih awal. Menurut (Novita et al., 2024), tingkat kepercayaan terhadap pemerintah memiliki hubungan signifikan dengan kepatuhan pajak di mana persepsi positif mampu menekan risiko ketidakpatuhan secara substansial. Hal ini menunjukkan bahwa aspek perilaku dan psikologis wajib pajak sama pentingnya dengan data keuangan dalam penilaian risiko. Selain itu, (Rahmawati et al., 2025) menemukan bahwa persepsi publik yang terbentuk melalui media digital dapat mempengaruhi moral pajak, sehingga perlu dimasukkan sebagai faktor dalam pengawasan kepatuhan. Dengan demikian, DJP dapat menggabungkan data sentimen publik dan data administrasi yang digunakan untuk memperkuat sistem manajemen risiko kepatuhan yang lebih komprehensif.

Hasil analisis sentimen publik dapat menjadi dasar perancangan strategi komunikasi pajak berbasis data dari sisi kebijakan. Dengan mengetahui isu yang sedang dibicarakan, DJP dapat menyesuaikan pesan komunikasi agar lebih persuasif dan kredibel. (Rahmawati et al., 2025) menyatakan bahwa strategi komunikasi yang berangkat dari data sosial digital dapat memperkuat legitimasi dan transparansi lembaga pajak di mata masyarakat. Selain itu, (Zikrulloh, 2024) menjelaskan bahwa partisipasi publik di media sosial harus dipandang sebagai sarana dialog, bukan sekadar promosi kebijakan, karena dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap sistem perpajakan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *evidence-based policy*, di mana keputusan kebijakan dibangun berdasarkan data dan analisis yang terukur. Dengan demikian, komunikasi pajak berbasis data tidak hanya meningkatkan efektivitas penyuluhan, tetapi juga dapat memperkuat kepercayaan dan kepatuhan jangka Panjang terhadap sistem perpajakan nasional.

KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan *systematic literature review* (SLR) untuk mengkaji potensi penerapan *Tax Sentiment Intelligence* dalam pemantauan opini

dan persepsi publik terhadap kebijakan perpajakan, menjelaskan hubungan antara persepsi publik dan tingkat kepatuhan pajak, serta menawarkan kerangka konseptual dalam mengembangkan sistem analisis sentimen adaptif yang dapat digunakan sebagai acuan bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Setelah menyintesis berbagai literatur sebelumnya, penelitian ini menjelaskan bahwa *Tax Sentiment Intelligence* didefinisikan sebagai sistem AI-NLP yang memadukan ekstraksi data multi-platform, pemodelan bahasa, dan metrik analitis untuk mengukur sentimen publik terkait perpajakan. Literatur yang ditinjau menunjukkan hubungan kuat antara persepsi publik (*trust*) dan kepatuhan pajak dengan persepsi positif mendorong kepatuhan sukarela, sementara persepsi negatif yang tersebar luas di ruang digital berisiko menurunkan tax morale dan meningkatkan perilaku ketidakpatuhan. Penerapan *Tax Sentiment Intelligence* berpotensi meningkatkan kepatuhan melalui pemantauan *real-time*, fungsi *early warning*, penilaian risiko kepatuhan dengan indikator perilaku, serta peningkatan strategi komunikasi berbasis bukti.

Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis berupa pengembangan *Tax Sentiment Dashboard* yang menggabungkan sumber data yang beragam (media sosial, komentar berita, forum, dan lain-lain), mekanisme validasi dan pembersihan data untuk mengurangi noise dan manipulasi, algoritma yang adaptif terhadap ragam bahasa Indonesia dan konteks lokal, serta modul interpretasi yang mengaitkan indeks sentimen dengan indikator kepatuhan. Dampak kebijakan yang diharapkan meliputi peningkatan responsivitas DJP terhadap isu publik, perumusan pesan yang lebih kredibel dan tepat sasaran, serta integrasi indikator perilaku ke dalam manajemen risiko kepatuhan. Batasan utama penelitian ini adalah sifatnya konseptual dan bergantung pada tinjauan literatur (SLR) dan belum menguji efektivitas *Tax Sentiment Intelligence* melalui studi empiris atau uji coba. Oleh karena itu, arah penelitian selanjutnya adalah studi eksperimen atau pengembangan model *Tax Sentiment Intelligence*, serta penelitian longitudinal untuk menguji hubungan dinamis antara perubahan indeks sentimen dan indikator kepatuhan riil.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Asri, V. et al. (2025) *Trust in tax administration: Why it matters for tax compliance*, <https://www.cmi.no/publications/9646-trust-in-tax-administration-why-it-matters-for-tax-compliance>.
- Belahouaoui, R. dan Attak, E.H. (2024) "Digitalization of Tax Administration and Tax Avoidance," in, hal. 200–225. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-1678-8.ch009>.
- Ceron, A. dan Negri, F. (2015) *Public policies go social: using sentiment analysis to*

- support the action of policy-makers across the policy cycle. <http://www.wired.it/attualita/2014/04/10/wired->.
- Coita, I.F. *et al.* (2023) "Modelling taxpayers' behaviour based on prediction of trust using sentiment analysis," *Finance Research Letters*, 58. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104549>.
- Febrian, G.F. dan Figueredo, G. (2024) "KemenkeuGPT: Leveraging a Large Language Model on Indonesia's Government Financial Data and Regulations to Enhance Decision Making."
- Ferguson, D. (2025) *How Analysis Transforms Feedback into Insights*, <https://www.communitilabs.com/blog/2025-04-15-how-analysis-transfo>.
- Garcia, I.G.G. dan Mateos, A. (2021) *Use of Social Network Analysis for Tax Control in Spain*, <https://ideas.repec.org/a/hpe/journal/y2021v239i4p159-197.html>.
- Gosaibi, A.A. *et al.* (2020) "Developing an intelligent framework for improving the quality of service in the government organizations in the Kingdom of Saudi Arabia," *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11, hal. 260–268. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2020.0111233>.
- James, S. dan Alley, C. (2002) *Tax compliance, self-assessment and tax administration*, <https://ideas.repec.org/p/pramprapa/26906.html>.
- Junhui, W. (2025) "Public Discourse on AI in the Post-ChatGPT Era: A Corpus-Based Sentiment Analysis of Korean Social Media Responses." <https://doi.org/10.7236/IJIBC.2025.17.1.1>.
- Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The "slippery slope" framework. *Journal of Economic Psychology*, 29, 210–225. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.05.004>
- Ligthart, A., Catal, C. dan Tekinerdogan, B. (2021) "Systematic reviews in sentiment analysis: a tertiary study," *Artificial Intelligence Review*, 54, hal. 4997–5053. <https://doi.org/10.1007/s10462-021-09973-3>.
- Novita, S. *et al.* (2024) "Trust in Government and Tax Compliance in Indonesia and Malaysia: Do Ethics and Tax Amnesty Matter?," *International Journal of Economics and Financial Issues*, 14, hal. 10–22. <https://doi.org/10.32479/ijefi.16925>.
- Paul, J. *et al.* (2021) "Writing an impactful review article: What do we know and what do we need to know?," *Journal of Business Research*. Elsevier Inc., hal. 337–340. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.005>.
- Prastiwi, D. dan Diamastuti, E. (2023) "Building Trust and Enhancing Tax Compliance: The Role of Authoritarian Procedures and Respectful Treatment in Indonesia," *Journal of Risk and Financial Management*, 16. <https://doi.org/10.3390/jrfm16080375>.
- Puklavec, Ž. *et al.* (2023) "What we tweet about when we tweet about taxes: A topic modelling approach," *Journal of Economic Behavior and Organization*, 212, hal. 1242–1254. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.07.005>.
- Puklavec, Ž. *et al.* (2024) "Diffusion of tax-related communication on social media," *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 110. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.socec.2024.102203>.
- Rahmawati, F. *et al.* (2025) *Tax Compliance in the Digital Age: The Interplay Between Social Media and Tax Morale*, <https://journal.uui.ac.id/inCAF/article/view/38780>.

- Tahar, A. *et al.* (2023) "The impact of perceptions of corruption and trust in government on indonesian micro, small and medium enterprises compliance with tax laws," *Journal of Tax Reform*, 9(2), hal. 278-293. <https://doi.org/10.15826/jtr.2023.9.2.142>.
- Taherdoost, H. dan Madanchian, M. (2023) "Artificial Intelligence and Sentiment Analysis: A Review in Competitive Research," *Computers*. MDPI. <https://doi.org/10.3390/computers12020037>.
- Tarigan, D.D. dan Idrus, S.I. Al (2024) "Sentiment Analysis of Twitter Users Regarding Taxation Topics in Indonesia Utilizing Multinomial Naive Bayes," 3. <https://doi.org/10.24114/j-ids.v3i1.52465>.
- TheySaid (2025) *AI Citizen Engagement Platform for Government Feedback*, <https://www.thesaid.io/industries/government>.
- Torgler, B. (2007). What do we Know About Tax Morale and Tax Compliance? In *Tax Compliance and Tax Morale*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781847207203.00006>
- Zen, B.P., Wicaksana, D. dan Alfidzar, H. (2022) "Analisis Sentimen Tweet Vaksin Covid 19 Sinovac Menggunakan Metode Support Vector Machine," *Jurnal Data Mining dan Sistem Informasi*, 3, hal. 21. <https://doi.org/10.33365/jdmsi.v3i2.1926>.
- Zikrulloh (2024) "The Role of Social Media in Improving Tax Compliance in the Theory of Planned Behavior," *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8, hal. 415-425.: <https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i2.910>.