

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Setiap penelitian yang akan dilaksanakan tentu memerlukan kajian penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu dijadikan sebagai bahan kajian pustaka sekaligus acuan bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian ini. Dalam kajian penelitian terdahulu, peneliti mengacu pada lima jurnal yang terbit dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Adapun penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Judul Penelitian, Tahun	Metode Penelitian	Hasil Temuan	Persamaan dan Perbedaan
1.	Rizky Zakaria & Dede Kurnia Syahputra, “ <i>Optimalisasi Pendapatan Asli Daerah Provinsi Jawa Barat Sebagai Upaya Mewujudkan Kemandirian Fiskal</i> ”, 2022	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan urgensi dilakukan optimalisasi PAD, karena potensi ekonomi di Jawa Barat yang tinggi; kontribusi PAD yang cenderung mengalami penurunan pada pendapatan daerah; kondisi Pandemi yang belum usai menyebabkan dampak pada perekonomian masyarakat; dan tindakan Pemprov Jabar yang belum optimal untuk meningkatkan PAD.	Persamaan <ul style="list-style-type: none">• Sama-sama membahas optimalisasi PAD di Jawa Barat.• Sama-sama menyoroti strategi kebijakan pemerintah daerah dalam meningkatkan PAD. Perbedaan <ul style="list-style-type: none">• Penelitian oleh Rizky lebih luas (mencakup semua potensi PAD seperti pajak, retribusi, dll).• Pada penelitian yang akan dilakukan lebih fokus pada digitalisasi pajak sebagai strategi khusus, bukan

			<p>Atas urgensi tersebut, maka upaya optimalisasi PAD yang dapat dilakukan antara lain dengan penguatan komitmen kepala daerah dalam mengoptimalkan PAD, mapping potensi semua jenis pajak, penguatan strategi pemungutan dan optimalisasi pajak, pemberian insentif pajak, dan penyediaan infrastruktur dan SDM pajak yang memadai.</p>	<p>optimalisasi PAD secara umum.</p>
2.	<p>Mochamad Rizky Sulaiman, “<i>Optimalisasi Pendapatan Asli Daerah melalui Sistem Informasi Manajemen Pendapatan Daerah di Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat</i>”, 2025.</p>	Kualitatif	<p>Penelitian menemukan bahwa SIMPAD membantu optimalisasi pajak reklame melalui: (1) perluasan basis pajak dengan penambahan 492 objek baru, (2) peningkatan efisiensi penilaian dan pemungutan, (3) perbaikan basis data dan pengawasan, (4) peningkatan layanan berbasis digital, serta (5) sinergi antarinstansi. Kendala utama mencakup rendahnya literasi digital, kurangnya sosialisasi, dan lemahnya penegakan sanksi. Optimalisasi penerimaan pajak</p>	<p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama fokus pada digitalisasi/teknologi dalam optimalisasi PAD. • Sama-sama menekankan efisiensi, transparansi, dan pelayanan melalui sistem digital pajak. • Sama-sama mengambil lokasi di Jawa Barat. <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian oleh Rizky Sulaiman membatasi objek pada SIMPAD (Sistem Informasi Manajemen Pendapatan Daerah), khusus pajak reklame. • Penelitian yang akan dilakukan lebih umum tentang digitalisasi pajak

			<p>reklame melalui SIMPAD telah menunjukkan hasil positif dalam efisiensi, transparansi, dan pelayanan, namun masih perlu perbaikan dari sisi SDM, edukasi, pengawasan, dan integrasi sistem agar kontribusi terhadap PAD dapat lebih maksimal.</p>	<p>secara luas (tidak hanya reklame).</p>
3.	<p>Falach Asadriya, “<i>Digitalisasi Pajak Daerah Melalui E-Sppt Pbb-P2: Strategi Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Dan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Di Kabupaten Kulon Progo</i>”, 2024</p>	Kualitatif	<p>Digitalisasi pajak daerah melalui E-SPPT PBB-P2 di Kabupaten Kulon Progo dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan penerimaan PBB-P2 dan memperbaiki kepatuhan wajib pajak. Namun, kekuatan pemerintah dalam menimbulkan kepatuhan sukarela masih belum optimal. Kekuatan utama dari adanya E-SPPT PBB-P2 ini terletak pada kemudahan akses informasi, monitoring, dan pembayaran yang mempermudah masyarakat Kabupaten Kulon Progo dalam melakukan pembayaran pajak. Selain itu, dukungan yang kuat dari pemerintah daerah juga menjadi faktor</p>	<p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama fokus pada digitalisasi pajak daerah sebagai strategi peningkatan PAD. • Sama-sama menyoroti aspek kepatuhan wajib pajak dan efisiensi layanan. • Sama-sama mengkaji kelebihan dan kelemahan implementasi digitalisasi pajak. <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian Falach meneliti Kabupaten Kulon Progo (DIY), bukan Jawa Barat. • Fokus pada penelitian ini adalah digitalisasi PBB-P2 (objek pajak spesifik), sementara penelitian yang akan dilakukan membahas digitalisasi pajak di Jawa Barat secara umum.

			<p>pendukung yang signifikan. Namun, ada beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti keterbatasan kondisi infrastruktur teknologi informasi yang dapat menghambat kelancaran layanan dan belum adanya regulasi pasti yang mengatur tentang E-SPPT PBB-P2, serta kelengkapan data yang masih belum optimal. Di sisi lain, peluang besar terbuka dalam hal efisiensi biaya dan waktu, yang dapat meningkatkan kualitas layanan, serta meningkatnya jumlah pengguna layanan yang dapat memanfaatkan sistem ini. Meskipun demikian, terdapat ancaman yang harus dihadapi, seperti masyarakat yang belum sepenuhnya bisa menerima digitalisasi, serta potensi ancaman terhadap keamanan data pengguna dalam sistem E-SPPT PBB-P2.</p>	
4.	Andhi Nur Rahmadi, Alvan Mubaroq, Kristiyono, Vadhea Nuraliza, Alisyia Putri Melani, & Anila Ifana, " <i>Peran</i>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik, terutama personalisasi pesan, memiliki dampak signifikan dalam</p>	<p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama membahas peran komunikasi politik dalam memengaruhi kebijakan publik. • Sama-sama menyinggung strategi

	<i>Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik Menghadapi Pemilu 2024</i> ”, 2024		membentuk opini publik. Kandidat yang mampu menghubungkan secara emosional dengan pemilih melalui cerita hidup pribadi dan nilai-nilai membangun identitas yang kuat. Media sosial memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan pesan politik, sementara jurnalisme investigatif memberikan kontribusi besar dalam membongkar fakta-fakta mendasar dan menjaga integritas informasi.	komunikasi politik aktor. Perbedaan <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini berfokus pada opini publik dan komunikasi politik menjelang pemilu, bukan pada sektor fiskal atau pajak. • Penelitian yang akan dilakukan fokus pada komunikasi politik dalam konteks kebijakan publik dan pengawasan digitalisasi pajak
5.	Andrian, <i>“Komunikasi Politik Partai Politik Untuk Meningkatkan Partisipasi Rakyat Dalam Mewujudkan Pemilihan Umum Yang Demokratis”</i> , 2022	Studi Literatur	Partai politik merupakan pilar utama demokrasi yang berfungsi sebagai penghubung antara negara dan warga negara, serta menjadi sarana bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pemerintahan melalui pemilu. Namun, saat ini partisipasi publik hanya tampak pada tahap kampanye dan pemungutan suara, sementara rakyat tidak dilibatkan dalam proses pencalonan legislatif maupun eksekutif. Akibatnya, masyarakat sering	Persamaan <ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama menyoroti fungsi partai politik sebagai komunikator politik. • Sama-sama membahas peran lembaga politik (partai/DPRD) dalam menyalurkan aspirasi masyarakat. Perbedaan <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini fokus pada partisipasi politik rakyat dalam pemilu. • Penelitian yang akan dilakukan menitikberatkan pada peran Fraksi PKB DPRD Jabar dalam kebijakan fiskal (digitalisasi pajak), bukan pemilu. • Penelitian yang akan dilakukan juga

			<p>tidak mengenal calon yang diusung partainya.</p> <p>Untuk memperkuat peran partai sebagai komunikator politik, perlu dilakukan revisi terhadap Undang-Undang Partai Politik dan Undang-Undang Pemilu. Revisi tersebut harus memuat kewajiban partai untuk melibatkan masyarakat dalam proses pencalonan dan rekrutmen politik. Dengan demikian, partai akan dinilai lebih demokratis, meningkatkan elektabilitas, serta memperkuat kepercayaan publik.</p>	<p>memiliki dimensi ekonomi daerah dan kebijakan publik.</p>
--	--	--	---	--

Berdasarkan hasil telaah terhadap beberapa penelitian terdahulu pada tabel 2.1 diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) maupun peran komunikasi politik dalam kebijakan publik. Penelitian yang dilakukan oleh Zakaria dan Syahputra (2022) menekankan pentingnya optimalisasi PAD di Jawa Barat melalui berbagai instrumen seperti pajak, retribusi, serta penguatan strategi pemungutan. Meskipun demikian, penelitian tersebut bersifat umum dan belum menyoroti aspek digitalisasi pajak, yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Sementara itu, penelitian oleh Sulaiman (2025) menunjukkan bahwa penerapan Sistem Informasi Manajemen Pendapatan Daerah (SIMPAD) di Kabupaten Bekasi mampu meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akurasi dalam pengelolaan pajak reklame. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus terhadap digitalisasi pajak di Jawa Barat, namun penelitian yang dilakukan penulis memiliki cakupan yang lebih luas karena membahas implementasi digitalisasi seluruh jenis pajak daerah serta menambahkan dimensi politik berupa peran Fraksi PKB DPRD Jawa Barat dalam memberikan rekomendasi kebijakan.

Kemudian, penelitian Asadriya (2024) mengenai digitalisasi pajak melalui E-SPPT PBB-P2 di Kabupaten Kulon Progo juga memperlihatkan bahwa inovasi digital mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan efektivitas pelayanan publik. Meskipun memiliki kesamaan dalam konteks digitalisasi pajak sebagai strategi peningkatan PAD, penelitian Falach lebih terbatas pada satu jenis pajak dan lokasi penelitian di luar Jawa Barat, sementara penelitian ini menganalisis digitalisasi pajak secara komprehensif di tingkat provinsi.

Adapun penelitian Rahmadi et.al (2024) dan Andrian (2022) sama-sama menyoroti pentingnya komunikasi politik dalam membangun opini publik dan meningkatkan partisipasi politik. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada aspek komunikasi politik dan peran lembaga politik, namun penelitian mereka berfokus pada ranah pemilu dan partisipasi masyarakat, bukan pada kebijakan fiskal daerah. Dalam penelitian ini, komunikasi politik dikaitkan dengan peran Fraksi PKB DPRD Jawa Barat dalam proses perumusan dan pengawasan kebijakan digitalisasi pajak daerah.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai kebaruan (*novelty*) karena menggabungkan dua perspektif utama, yaitu aspek digitalisasi pajak daerah sebagai strategi peningkatan PAD dan peran politik Fraksi PKB DPRD Jawa Barat dalam mendorong kebijakan fiskal yang lebih efektif, transparan, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

2.1.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan gambaran logis mengenai hubungan antar konsep utama dalam penelitian yang berfungsi untuk memudahkan pemahaman, penjelasan, sekaligus memprediksi fenomena yang diteliti. Secara akademis, kerangka ini menjadi landasan dalam merumuskan hipotesis serta menentukan arah analisis data yang akan dilakukan. Kerangka konseptual tidak hanya berperan sebagai pedoman pelaksanaan penelitian, tetapi juga sebagai instrumen ilmiah untuk menjelaskan dan menguji hubungan antar variabel sesuai teori yang mendasarinya.

2.1.2.1. Komunikasi

Komunikasi pada hakikatnya merupakan proses penyampaian pesan dan informasi yang bertujuan untuk mencapai saling pengertian antara pihak-pihak yang terlibat. Tujuan utama dari proses ini adalah menciptakan kemaslahatan bersama, membangun kesetaraan, menegakkan keadilan, menjaga keharmonisan hubungan, serta menumbuhkan kedamaian dalam kehidupan manusia. Dalam praktiknya, komunikasi menjadi aktivitas manusia untuk saling memahami melalui pertukaran pesan antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan), yang kemudian menimbulkan suatu efek. Efek komunikasi dapat diartikan sebagai

perubahan yang terjadi pada diri komunikan setelah menerima pesan dari komunikator (Suryana, 2019).

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “kebersamaan” atau “membangun kesamaan”. Kata dasarnya, *communicare*, mengandung makna “membuat sama” atau “berbagi”, yang menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses berbagi makna dan pemahaman bersama melalui pertukaran pesan (Suryana, 2019).

Menurut Hovland, Janis, dan Kelley (dalam Suryana, 2019), komunikasi adalah proses di mana seseorang (komunikator) memberikan stimulus dengan tujuan memengaruhi atau mengubah perilaku orang lain. Sementara itu, Stoner, Freeman, dan Gilbert (dalam Herlina dkk., 2023) mendefinisikan komunikasi sebagai upaya seseorang untuk menyampaikan makna melalui pesan-pesan simbolik. Komunikasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan berbagai media. Komunikasi langsung terjadi tanpa perantara, sedangkan komunikasi tidak langsung memanfaatkan media atau alat bantu sebagai penghubung (Wursanto, 2005).

Dalam konteks yang lebih luas, komunikasi tidak hanya terjadi pada kelompok kecil seperti keluarga, tetapi juga berlangsung di tingkat masyarakat hingga antarnegara. Oleh karena itu, komunikasi dapat terjadi di dalam suatu negara (*intra societal environment*) maupun melintasi batas-batas wilayah negara (*extra societal environment*), yang kemudian membentuk komunikasi antarbangsa atau antarmasyarakat global (Suryana, 2019).

2.1.2.2. Komunikasi Politik

1. Definisi Komunikasi Politik

Komunikasi dalam kajian politik dapat dipahami sebagai suatu upaya dalam membentuk kesepakatan, misalnya mengenai pembagian sumber daya kekuasaan (*power sharing*) maupun proses pembentukan kesepakatan itu sendiri. Sedangkan komunikasi politik dalam perspektif ilmu komunikasi lebih menekankan pada pesan-pesan yang bercirikan politik dengan tujuan memengaruhi pihak lain untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, kajian politik lebih berfokus pada aktivitas politik, sementara kajian komunikasi politik menitikberatkan pada isi pesan politik (Suryana, 2019). Sumarmo (dalam Suryana, 2019) menegaskan bahwa komunikasi politik merupakan studi interdisipliner yang melibatkan dua cabang ilmu sosial, yakni ilmu politik dan ilmu komunikasi. Komunikasi politik sendiri merupakan aktivitas komunikasi, baik verbal maupun nonverbal, yang sarat dengan muatan politik. Defleur (dalam Suryana, 2019) menyebutkan bahwa aktivitas komunikasi dalam konteks politik dapat dipahami melalui model transaksional simultan.

Lebih lanjut, Sumarmo (dalam Suryana, 2019) merumuskan bahwa komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan untuk mencapai suatu pengaruh sehingga isu atau permasalahan yang dibahas dapat mengikat seluruh warga melalui sanksi yang ditetapkan bersama oleh lembaga-lembaga politik. Sejalan dengan hal tersebut, Rusadi Kantaprawira (dalam Suryana,

2019) menekankan fungsi komunikasi politik sebagai sarana penghubung antara pemikiran politik yang berkembang di masyarakat—baik melalui golongan, institusi, asosiasi, maupun sektor kehidupan politik—dengan sektor politik pemerintah. Artinya, ide, gagasan, maupun kebijakan hanya dapat tersampaikan dan diterima melalui proses komunikasi.

Menurut Haryanto & Rumaru (dalam Suryana, 2019), komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan-pesan politik kepada khalayak politik melalui media tertentu dengan tujuan memengaruhi, baik dengan cara mempertahankan maupun mengubah kepentingan yang ada di masyarakat. Dengan demikian, inti komunikasi politik adalah proses komunikasi yang diarahkan untuk menciptakan pengaruh, sehingga permasalahan yang dikomunikasikan dapat mengikat kelompok atau warga tertentu.

Dilihat dari tujuan politik itu sendiri, hakikat komunikasi politik adalah upaya kelompok yang memiliki orientasi pemikiran politik atau ideologi tertentu untuk memperoleh dan menguasai kekuasaan, yang kemudian digunakan untuk mewujudkan ideologi atau gagasan politik tersebut. Cakupan komunikasi politik juga sangat luas, tidak hanya sebatas bagaimana komunikasi digunakan untuk memperoleh kekuasaan dan mempertahankannya, tetapi juga bagaimana sistem politik dapat diwariskan, serta bagaimana komunikasi dimanfaatkan untuk memengaruhi pihak eksternal, termasuk negara lain, demi mencapai kepentingan politik tertentu (Suryana, 2019).

Dalam praktiknya, komunikasi politik dapat dilakukan secara langsung dengan masyarakat, misalnya melalui ruang-ruang publik seperti kedai kopi atau tempat pertemuan informal lainnya. Melalui dialog semacam ini, para aktor politik dapat mendengar aspirasi masyarakat sekaligus menyampaikan isu-isu penting. Proses ini memungkinkan lahirnya representasi kepentingan rakyat yang pada gilirannya meningkatkan kualitas representasi politik. Secara sederhana, komunikasi politik berhubungan dengan bagaimana proses politik dapat dijelaskan melalui perspektif komunikasi, yang melibatkan komunikator politik, pesan politik, saluran komunikasi, serta komunikasi politik (Suryana, 2019).

2. Tujuan Komunikasi Politik

Menurut Ardial (dalam Suryana, 2019), tujuan komunikasi politik erat kaitannya dengan pesan politik yang disampaikan oleh komunikator. Sejalan dengan tujuan komunikasi pada umumnya, komunikasi politik dapat berfungsi sekadar sebagai sarana penyampaian informasi, membentuk citra politik, membentuk opini publik, bahkan mengelola persepsi atau tuduhan dari lawan politik. Lebih jauh, komunikasi politik juga bertujuan untuk menarik simpati publik dalam rangka meningkatkan partisipasi politik sesuai dengan kepentingan pihak tertentu.

a. Citra Politik

Citra politik dapat dipahami sebagai gambaran mengenai seseorang dalam hubungannya dengan politik, kekuasaan, kewenangan, otoritas, konflik, maupun konsensus. Citra ini berkaitan erat dengan pembentukan

pendapat umum, sebab pada dasarnya opini publik politik muncul sebagai konsekuensi dari proses komunikasi politik. Robert (dalam Suryana, 2019) menyatakan bahwa komunikasi tidak serta-merta membentuk pendapat atau perilaku tertentu, melainkan memengaruhi cara khalayak menyusun citra mengenai lingkungannya. Citra inilah yang kemudian memengaruhi opini maupun perilaku publik. Citra politik terbentuk melalui kepercayaan, nilai, serta harapan yang mula-mula muncul sebagai opini pribadi, lalu berkembang menjadi opini publik. Proses pembentukan citra tersebut bersumber dari informasi yang diterima, baik secara langsung maupun melalui media politik dan media massa yang menyebarkan pesan politik aktual.

b. Opini Publik

Komunikasi politik juga sangat erat kaitannya dengan opini publik, terutama sebagai konsekuensi dari proses pencitraan politik yang menggunakan media massa sebagai instrumen pendukung. Opini publik terbentuk ketika komunikator politik menyampaikan gagasan atau pesan kepada masyarakat. Wacana yang dibangun dalam komunikasi politik lambat laun menjadi bagian dari percakapan publik, sehingga menghasilkan opini publik yang beragam.

c. Partisipasi Politik

Dalam sistem demokrasi, partisipasi politik merupakan aspek yang sangat penting. Masyarakat berperan sebagai pemegang kedaulatan yang menentukan arah bangsa sekaligus masa depan mereka sendiri. Oleh

karena itu, pejabat publik maupun wakil rakyat kerap merujuk atau mengklaim berbicara atas nama rakyat ketika menyusun kebijakan. Partisipasi politik dapat dipahami sebagai keterlibatan warga negara dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka. Pada akhirnya, komunikasi politik, sosialisasi politik, pembentukan citra, serta opini publik diarahkan untuk mendorong partisipasi politik yang nyata, khususnya dalam pemilu. Keikutsertaan masyarakat dalam memberikan suara merupakan salah satu wujud paling signifikan dari efek komunikasi politik, meskipun pemilu hanyalah salah satu bentuk partisipasi politik rakyat.

3. Komunikator dan Khalayak Politik

Dalam setiap proses komunikasi, unsur yang paling menentukan adalah komunikator dan khalayak politik. Keduanya memiliki hubungan yang saling memengaruhi (*affinity*), meskipun berbeda dalam fungsi dan perannya.

a. Komunikator Politik

Komunikator politik merupakan individu atau lembaga yang memiliki kepentingan untuk menyampaikan pesan politik, baik secara formal maupun informal, dengan tujuan membangun pemahaman bersama (*mutual understanding*) dengan khalayak sasaran. Komunikator politik dapat dikategorikan ke dalam tiga kelompok utama, yaitu politisi, aktivis, dan professional (Suryana, 2019).

1) Politisi: Wakil dan Ideolog

Politisi sebagai wakil berperan dalam mengartikulasikan kepentingan politik individu maupun kelompok. Tipe ini umumnya tidak muncul dari proses kaderisasi, tetapi dari popularitas atau posisi sosial yang dimilikinya, misalnya selebritas, pengusaha, atau mantan pejabat militer yang kemudian terjun ke dunia politik sebagai vote getter. Sementara itu, politisi ideolog merupakan komunikator politik yang lahir dari proses kaderisasi panjang, mewakili nilai-nilai ideologi tertentu, serta memiliki tujuan untuk meraih atau menjalankan jabatan pemerintahan (Suryana, 2019).

2) Aktivistis: Juru Bicara dan Pemuka Pendapat

Aktivistis adalah komunikator politik yang berperan menyuarakan kritik, pandangan, maupun tuntutan masyarakat agar didengar oleh lembaga eksekutif, legislatif, maupun yudikatif. Aktivistis juru bicara biasanya bukan bagian dari elit, melainkan masyarakat biasa yang konsisten menyuarakan isu tertentu sehingga dianggap sebagai representasi publik, contohnya aktivis ICW. Sedangkan aktivis pemuka pendapat cenderung berasal dari kalangan elit atau figur publik, seperti tokoh NU, Muhammadiyah, atau organisasi masyarakat lain. Mereka berperan ganda, yakni memengaruhi cara berpikir masyarakat dan sekaligus menjadi penghubung informasi politik dari media ke masyarakat umum (Suryana, 2019).

3) Profesional: Promotor dan Jurnalis

Komunikator politik profesional adalah mereka yang mencari nafkah melalui aktivitas komunikasi, lahir dari perkembangan media massa dan spesialisasi media. Promotor, misalnya, secara profesional bekerja untuk memasarkan kandidat atau partai politik dalam kontestasi politik, sedangkan jurnalis berperan menyampaikan isu, opini, dan fakta politik secara profesional dan melembaga agar dapat diakses oleh publik luas (Suryana, 2019).

b. Khalayak Politik

Khalayak politik atau *receiver* merupakan penerima pesan politik yang sifatnya sementara. Pada satu waktu khalayak hanya menjadi audiens, namun dalam situasi tertentu dapat bertransformasi menjadi komunikator ketika ia turut menyampaikan gagasan politik. Khalayak politik dapat dikelompokkan menjadi tiga lapisan (Suryana, 2019):

- 1) Masyarakat umum (*general public*), yaitu kelompok terbesar penerima pesan politik secara pasif, yang umumnya jarang berinteraksi langsung dengan pengambil kebijakan.
- 2) *Attentive public*, yakni masyarakat yang memiliki minat terhadap isu politik, namun belum terlibat secara intensif.
- 3) Kelompok elit, yaitu lapisan masyarakat yang secara aktif memengaruhi publik luas melalui opini-opininya sehingga sering disebut *elite opinion*.

2.1.2.3.E-Government

1. Definisi E-Government

Dalam konteks tata kelola pemerintahan modern, e-government dipahami sebagai bentuk transformasi proses dan struktur birokrasi melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk menciptakan sistem pemerintahan yang lebih efektif, transparan, dan akuntabel (Wicaksono, 2023). Kehadiran e-government tidak sekadar berarti digitalisasi layanan publik, melainkan juga mencerminkan perubahan paradigma mendasar dalam cara pemerintah bekerja, memberikan layanan, serta berinteraksi dengan masyarakat. Transformasi ini berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan publik, perluasan partisipasi masyarakat, serta penguatan akuntabilitas lembaga pemerintahan. Dengan demikian, e-government berfungsi sebagai instrumen strategis untuk mewujudkan pemerintahan yang inklusif, adaptif, dan berorientasi pada hasil.

Memasuki era 2020-an, perkembangan e-government semakin pesat dengan mengadopsi berbagai teknologi mutakhir seperti *Internet of Things (IoT)*, *blockchain*, dan kecerdasan buatan (AI) yang memperkuat konsep *smart government* dan *smart cities* (Wicaksono, 2023). Beberapa negara seperti Estonia, Singapura, dan Korea Selatan menjadi contoh sukses penerapan e-government yang mampu mengintegrasikan berbagai layanan lintas sektor sekaligus mendorong inovasi dalam pelayanan publik. Keberhasilan negara-negara tersebut membuktikan bahwa e-government tidak hanya meningkatkan efisiensi birokrasi, tetapi juga memperkuat daya saing global melalui tata kelola pemerintahan yang modern dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Di Indonesia, penerapan e-government menjadi salah satu agenda prioritas nasional dalam kerangka transformasi digital. Hal ini didasarkan pada Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan e-Government (Jakstranas) yang menekankan pentingnya perbaikan tata kelola pemerintahan, peningkatan kualitas pelayanan publik, penguatan kapasitas sumber daya manusia, serta optimalisasi pemanfaatan TIK. Komitmen tersebut diwujudkan melalui berbagai inisiatif, antara lain program Satu Data Indonesia, Satu Peta Indonesia, dan Portal Satu Layanan (PSL) yang berfungsi untuk mengintegrasikan data antarinstansi dan menyediakan layanan publik berbasis elektronik secara lebih efektif dan transparan.

Implementasi e-government memberikan berbagai dampak positif, di antaranya peningkatan efisiensi birokrasi, percepatan proses pengambilan keputusan, penghematan biaya operasional, peningkatan transparansi, serta perluasan partisipasi publik (Wicaksono, 2023). Selain itu, e-government mendorong terwujudnya integrasi data antarlembaga, yang menjadi dasar bagi penyusunan kebijakan berbasis bukti (evidence-based policy). Dalam konteks keuangan daerah, penerapan e-government menjadi pondasi penting bagi modernisasi sistem perpajakan digital yang mendukung efektivitas pengelolaan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Salah satu bentuk nyata dari penerapan e-government di daerah adalah digitalisasi pajak, yaitu modernisasi sistem perpajakan melalui teknologi digital untuk memperluas basis pajak, meningkatkan kepatuhan wajib pajak,

serta meminimalisasi potensi kebocoran penerimaan daerah. Bagi Provinsi Jawa Barat, yang memiliki jumlah penduduk besar dan aktivitas ekonomi yang tinggi, digitalisasi pajak dipandang sebagai strategi utama dalam memperkuat PAD. Menurut Fraksi PKB DPRD Jawa Barat, digitalisasi pajak tidak hanya merupakan pembaruan sistem administrasi, melainkan juga langkah strategis untuk menjaga stabilitas PAD dari risiko penurunan yang signifikan. Digitalisasi dipandang sebagai instrumen penting untuk meningkatkan transparansi, mendorong kepatuhan, dan memperkuat akuntabilitas fiskal daerah.

Lebih jauh, Fraksi PKB menilai bahwa digitalisasi pajak merupakan bentuk strategi fiskal politik daerah yang dapat mempercepat pelayanan publik, memberikan kepastian pembangunan, serta memperkuat integritas pemerintahan. Melalui pemanfaatan basis data digital yang terintegrasi, potensi pajak dapat dipetakan secara lebih akurat, sehingga optimalisasi PAD dapat tercapai secara maksimal. Selain itu, Fraksi PKB juga menekankan pentingnya inovasi pajak hijau (green tax) sebagai upaya menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan tanpa harus mengurangi kontribusi terhadap PAD. Gagasan ini sejalan dengan visi untuk membangun Jawa Barat yang stabil, inovatif, dan adaptif dalam menghadapi tantangan global.

Secara konseptual, e-government dapat diartikan sebagai pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam penyelenggaraan pemerintahan berbasis elektronik untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, transparansi,

serta akuntabilitas layanan publik. Menurut World Bank (dalam Napitupulu et al., 2020), e-government merupakan penggunaan TIK oleh lembaga pemerintahan, seperti jaringan area luas (WAN), internet, dan komputasi bergerak, yang mampu mengubah pola hubungan antara pemerintah dengan masyarakat, dunia usaha, serta pihak-pihak terkait lainnya. UN ASPA (dalam Napitupulu et al., 2020) juga mendefinisikan e-government sebagai pemanfaatan internet dan *World Wide Web* dalam penyediaan informasi serta layanan publik kepada warga negara.

Dengan demikian, e-government merupakan upaya untuk menciptakan mekanisme interaksi baru antara pemerintah dan seluruh pemangku kepentingan, baik masyarakat, pelaku bisnis, maupun lembaga pemerintahan lainnya. Tujuannya adalah menyediakan akses informasi yang luas, meningkatkan kualitas layanan publik, serta memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses pemerintahan. Dalam pelaksanaannya, e-government harus memenuhi dua aspek utama, yaitu ketersediaan (*availability*) dan aksesibilitas (*accessibility*). Aspek ketersediaan mencakup sejauh mana layanan pemerintah dapat diakses kapan saja oleh masyarakat, sedangkan aksesibilitas menekankan kemudahan masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut.

Keberhasilan implementasi e-government ditentukan oleh kemampuan layanan untuk benar-benar dimanfaatkan oleh pengguna. Hal ini sejalan dengan pandangan DeLone dan McLean (dalam Napitupulu et al., 2020) yang menyatakan bahwa kesuksesan sistem informasi sangat bergantung pada

tingkat pemanfaatannya. Lebih jauh, e-government merupakan bidang kajian multidisipliner yang tidak hanya mencakup ilmu komputer, tetapi juga melibatkan disiplin lain seperti ilmu politik, manajemen, administrasi publik, dan ilmu sosial. Menurut Assar, Boughzala, dan Boydens (dalam Napitupulu et al., 2020), pengembangan teori e-government perlu dilakukan melalui pendekatan multi-perspektif agar mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai praktik dan tantangan penerapannya di berbagai negara maupun institusi pemerintahan.

2. Implementasi *E-Government*

Secara prinsip, implementasi *e-Government* dapat dibagi menjadi empat bentuk utama, yakni *Government to Citizen (G2C)*, *Government to Business (G2B)*, *Government to Government (G2G)*, dan *Government to Employee (G2E)* (Napitupulu, et.al., 2020). Keempat kategori ini menunjukkan pola hubungan antara pemerintah dengan para pemangku kepentingannya.

a. *Government to Citizen (G2C)*

G2C merupakan bentuk penerapan *e-Government* yang berfokus pada penyediaan akses informasi dan layanan publik bagi masyarakat. Melalui pemanfaatan TIK dan internet, G2C menjadi sarana interaksi modern antara pemerintah dan warga negara tanpa harus melakukan tatap muka langsung. Masyarakat kini dapat mengakses layanan publik melalui berbagai platform digital seperti situs web, pesan singkat (SMS), atau aplikasi (Napitupulu, et.al., 2020).

Penerapan G2C membawa sejumlah manfaat, di antaranya memperpendek rantai birokrasi, mengurangi praktik korupsi seperti pungutan liar (pungli), serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pemerintahan. Selain itu, G2C juga memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat dengan menciptakan komunikasi yang lebih terbuka dan efisien (Napitupulu, et.al., 2020).

b. *Government to Business (G2B)*

Model G2B dirancang untuk memfasilitasi interaksi antara pemerintah dan sektor bisnis atau industri. Tujuannya adalah menyediakan berbagai informasi dan layanan yang mendukung aktivitas dunia usaha, seperti perizinan usaha, pendaftaran perusahaan, pelaporan pajak, hingga regulasi terkait iklim bisnis.

Di sisi lain, pemerintah juga membutuhkan keterlibatan dunia usaha dalam penyediaan barang dan jasa melalui sistem *e-Procurement*, yang memungkinkan proses pengadaan dilakukan secara transparan dan efisien. Dengan demikian, G2B tidak hanya memperlancar komunikasi dua arah antara pemerintah dan pelaku bisnis, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi melalui sinergi digital antara kedua pihak.

c. *Government to Government (G2G)*

G2G adalah model *e-Government* yang memungkinkan pertukaran informasi dan kerja sama antarinstansi pemerintah. Model ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

G2G horizontal, yaitu interaksi antarunit pemerintah dalam level yang sama, misalnya kerja sama antara pemerintah kabupaten/kota, antar direktorat dalam satu kementerian, atau antar kementerian dalam pelaksanaan program nasional.

G2G vertikal, yaitu interaksi antara instansi pemerintah di tingkat berbeda, misalnya antara pemerintah pusat dan daerah, atau antara kecamatan dan kelurahan (Silalahi, Napitupulu, & Patria, 2015). Menurut Napitupulu et.al. (2020), penerapan G2G membuka saluran komunikasi antar lembaga pemerintah yang sebelumnya terbatas, sehingga mendorong kolaborasi lintas instansi dalam memenuhi kebutuhan publik maupun dunia usaha secara lebih efektif.

d. *Government to Employee (G2E)*

Model G2E ditujukan untuk mendukung pengelolaan sumber daya manusia (SDM) di lingkungan pemerintahan. Sistem ini membantu dalam berbagai aspek, seperti komunikasi internal antarpegawai, pengelolaan gaji dan tunjangan, pengembangan karier, hingga manajemen pensiun aparatur sipil negara (ASN). Dengan penerapan G2E, pemerintah dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja pegawai, memperbaiki koordinasi internal, serta mendorong peningkatan kepuasan dan kinerja ASN. Selain itu, G2E juga berperan dalam menjamin hak dan kewajiban pegawai secara seimbang, sehingga mereka dapat memberikan pelayanan publik secara optimal.

Secara keseluruhan, keempat model e-Government tersebut saling melengkapi dalam membentuk ekosistem pemerintahan digital yang terintegrasi, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan publik, memperkuat tata kelola, dan memperluas partisipasi masyarakat dalam pemerintahan.

2.1.2.4. Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses mengubah data atau informasi dari bentuk analog menjadi format digital dengan memanfaatkan teknologi dan sistem yang terotomatisasi (Ramadhani et.al, 2024). Dalam hal ini, teknologi sendiri berasal dari bahasa Yunani *technologia*, yang menurut *Webster Dictionary* berarti *systematic treatment* atau penanganan sesuatu secara sistematis. Kata dasarnya, *techne*, berarti keterampilan, keahlian, atau ilmu pengetahuan (Ramadhani et.al, 2024).

Perkembangan menuju era digital telah menghadirkan banyak manfaat bagi kehidupan manusia, terutama dalam membantu pekerjaan sehari-hari seperti menciptakan, mengubah, menyimpan, serta menyebarkan informasi dengan cepat, efisien, dan berkualitas. Dalam konteks teknologi informasi, digitalisasi dimaknai sebagai proses mengubah dokumen, gambar, suara, maupun data lain menjadi format digital yang dapat diproses dan diakses melalui komputer atau perangkat elektronik (Ramadhani et.al, 2024).

Lebih jauh, digitalisasi juga mengacu pada transformasi cara kerja organisasi, bisnis, maupun industri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta kualitas produk maupun layanan. Misalnya, perusahaan dapat menggunakan sistem manajemen digital untuk menekan biaya

operasional atau mengembangkan platform daring guna memperluas komunikasi dengan pelanggan (Ramadhani et.al, 2024).

Menurut Aji (dalam Ramadhani et.al, 2024), teknologi digital berbeda dari teknologi manual karena mengandalkan sistem otomatis berbasis komputer. Sistem digital merupakan perkembangan dari sistem analog, di mana informasi direpresentasikan melalui urutan angka. Tidak seperti sinyal analog yang bersifat kontinu, sinyal digital bersifat terputus (*non-continuous*). Beberapa ahli memberikan definisi terkait digitalisasi, di antaranya:

1. R. B. Handoko: digitalisasi adalah proses pengolahan data dengan komputer untuk mengubah data analog menjadi digital.
2. Hermawan Kartajaya: digitalisasi adalah perubahan cara kerja dari manual ke digital dengan teknologi, yang berdampak signifikan pada efisiensi dan efektivitas.
3. Teguh Wahyu S.: digitalisasi adalah transformasi bisnis dan teknologi yang meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan maupun pelanggan.
4. Michael Porter: digitalisasi adalah pemanfaatan teknologi digital yang mampu mengubah industri, menciptakan keunggulan kompetitif, dan memberi nilai tambah bagi konsumen.
5. Andrew McAfee: digitalisasi adalah revolusi teknologi yang meliputi mobile, media sosial, big data, dan cloud computing, yang mendorong percepatan inovasi serta peningkatan efisiensi operasional.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa digitalisasi adalah suatu proses transformasi dari sistem analog atau manual ke dalam bentuk digital dengan

memanfaatkan teknologi komputerisasi dan otomatisasi, sehingga data, informasi, maupun aktivitas dapat diakses, disimpan, diproses, dan disebarluaskan secara lebih cepat, efisien, serta efektif. Digitalisasi tidak hanya sebatas konversi data, tetapi juga mencakup perubahan cara kerja organisasi, bisnis, maupun masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas, kualitas layanan, serta menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif.

2.1.2.5. Pajak

1. Definisi Pajak

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan serta mendukung pembangunan nasional (Syarifudin, 2018). Untuk meningkatkan penerimaan pajak, diperlukan perangkat hukum yang jelas sebagai dasar pemungutan, dengan tetap berlandaskan pada prinsip keadilan. Oleh karena itu, penting untuk memahami secara mendalam konsep dasar perpajakan, yang meliputi pengertian pajak, fungsi pajak, kedudukan pajak dalam peraturan perundang-undangan, serta aspek fundamental lainnya (Syarifudin, 2018).

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H., pajak didefinisikan sebagai iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang yang bersifat memaksa, tanpa adanya kontraprestasi langsung yang dapat ditunjukkan, dan dipergunakan untuk membiayai pengeluaran umum (Syarifudin, 2018).

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan ciri-ciri utama pajak, yaitu (Syarifudin, 2018):

- a. Pajak dipungut oleh negara, baik melalui pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
- b. Pemungutan pajak bersifat memaksa berdasarkan ketentuan Undang-Undang dan aturan pelaksanaannya.
- c. Pembayaran pajak tidak memberikan kontraprestasi langsung dari pemerintah kepada wajib pajak.
- d. Pajak dialokasikan untuk pengeluaran rutin pemerintahan, dan apabila terdapat surplus digunakan untuk investasi publik.
- e. Pajak memiliki fungsi mengatur (*regulerend* / *non-budgetair*), selain sebagai sumber penerimaan negara.
- f. Pemungutan pajak didasarkan pada keadaan, peristiwa, atau tindakan tertentu yang menimbulkan kewajiban pajak pada individu maupun badan.

2. Fungsi Pajak

Di Indonesia, pajak dan retribusi menjadi salah satu sumber utama penerimaan negara selain berbagai sumber pendapatan lainnya. Fungsi pajak secara umum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara) dan fungsi *regulerend* (pengatur) (Syarifudin, 2018).

a. Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak berperan sebagai sumber pendapatan negara yang digunakan untuk membiayai berbagai pengeluaran pemerintah, baik yang bersifat rutin maupun pembangunan. Beberapa jenis pajak yang menjadi instrumen utama dalam penerimaan negara antara lain Pajak Penghasilan (PPH),

Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Pajak Barang Mewah (PPnBM), serta Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (Syarifudin, 2018).

Selain pajak, negara juga memperoleh pemasukan dari beberapa sumber lain, seperti hasil pengelolaan sumber daya alam (sesuai dengan Pasal 33 UUD 1945), keuntungan dari BUMN dan BUMD, pendapatan dari perum atau perjan, denda atau penyitaan barang akibat pelanggaran hukum, serta pinjaman dan hibah baik dari dalam maupun luar negeri. Selain itu, terdapat pula penerimaan non-pajak sebagaimana diatur dalam UU No. 20 Tahun 1997, seperti penerimaan jasa giro, royalti pertambangan dan kehutanan, dividen dan penjualan saham, serta penerimaan dari layanan publik seperti pendidikan, kesehatan, pemberian hak cipta, paten, merek dagang, hingga pelayanan visa dan paspor (Syarifudin, 2018).

b. Fungsi *Regulerend* (Pengatur)

Selain sebagai sumber penerimaan negara, pajak juga berfungsi sebagai instrumen kebijakan untuk mengatur perekonomian dan kehidupan sosial masyarakat. Fungsi *regulerend* ini terlihat dari berbagai kebijakan, seperti (Syarifudin, 2018):

- 1) Pengenaan PPnBM pada barang mewah untuk mengendalikan pola konsumsi masyarakat. Semakin mewah barang yang dikonsumsi, semakin tinggi pula tarif pajak yang dikenakan.
- 2) Penerapan pajak progresif yang ditujukan untuk pemerataan pendapatan, di mana semakin besar penghasilan, semakin tinggi tarif pajak yang dikenakan.

- 3) Penetapan tarif pajak ekspor 0% untuk mendorong peningkatan ekspor dan devisa negara.
- 4) Pengenaan pajak penghasilan atas penyerahan barang kena pajak hasil industri tertentu (misalnya semen, baja, atau kertas) yang bertujuan untuk mengendalikan dampak produksi terhadap lingkungan.
- 5) Penerapan PPh final 1% bagi usaha dengan peredaran bruto tertentu yang dimaksudkan untuk menyederhanakan perhitungan dan administrasi perpajakan.]
- 6) Kebijakan *tax holiday* yang bertujuan menarik minat investor asing untuk menanamkan modalnya di Indonesia.

Dengan demikian, pajak tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan negara, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam mewujudkan pemerataan, stabilitas ekonomi, serta keberlanjutan pembangunan nasional.

3. Pengelompokan Jenis Pajak

Pajak dapat digolongkan ke dalam tiga kategori utama, yaitu sebagai berikut (Syarifudin, 2018):

a. Berdasarkan Golongan

- 1) Pajak langsung, yaitu pajak yang bebannya harus ditanggung sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dialihkan kepada pihak lain. Contohnya adalah Pajak Penghasilan (PPh).
- 2) Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang bebannya dapat dialihkan kepada pihak lain, misalnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

b. Berdasarkan Sifat

- 1) Pajak subjektif, yaitu pajak yang pengenaannya memperhatikan kondisi pribadi wajib pajak, seperti status perkawinan atau jumlah tanggungan keluarga. Contohnya dapat dilihat dalam pengenaan PPh.
- 2) Pajak objektif, yaitu pajak yang pengenaannya didasarkan pada objek tertentu tanpa memperhatikan kondisi wajib pajak, baik berupa harta benda, keadaan, perbuatan, maupun peristiwa yang menimbulkan kewajiban pajak.

c. Berdasarkan Lembaga Pemungut

- 1) Pajak negara, yakni pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat, seperti PPh, PPN, dan PPnBM.
- 2) Pajak daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah baik di tingkat provinsi maupun kabupaten/kota. Contohnya adalah pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan, pajak restoran, pajak hiburan, pajak penerangan jalan, hingga pajak reklame .

4. Kewajiban Pajak

Kewajiban pajak dapat dibedakan menjadi dua, yaitu kewajiban pajak subjektif dan kewajiban pajak objektif (Syarifudin, 2018).

- a. Kewajiban pajak subjektif merupakan kewajiban yang melekat pada setiap individu sebagai subjek pajak. Artinya, setiap orang yang berdomisili di Indonesia berkewajiban mematuhi ketentuan perpajakan yang berlaku. Bahkan, individu yang tinggal di luar negeri juga dapat menjadi subjek pajak apabila memiliki hubungan ekonomi dengan Indonesia (Syarifudin, 2018).

- b. Kewajiban pajak objektif adalah kewajiban yang berkaitan langsung dengan objek pajak. Dengan demikian, setiap orang yang memperoleh penghasilan atau memiliki harta kekayaan sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan akan dikenakan kewajiban pajak (Syarifudin, 2018).

2.1.2.6. Digitalisasi Pajak

Digitalisasi perpajakan merupakan penerapan teknologi informasi dalam berbagai tahapan proses perpajakan, meliputi pendaftaran, pelaporan, hingga pembayaran pajak (Juniati et.al., 2025). Tujuan utama dari digitalisasi ini adalah untuk memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, sekaligus meningkatkan efisiensi, akurasi, dan efektivitas pemerintah dalam melakukan pengawasan terhadap transaksi ekonomi. Dengan adanya sistem digital, pemerintah memiliki kemampuan yang lebih optimal dalam memantau aktivitas transaksi, termasuk yang terjadi pada platform e-commerce. Hal ini sejalan dengan upaya mewujudkan tata kelola perpajakan yang lebih transparan dan akuntabel (Juniati et.al., 2025).

Sebagai contoh, pelaku usaha di Tokopedia yang merupakan salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia dapat memperoleh manfaat dari digitalisasi perpajakan melalui prosedur yang lebih sederhana, cepat, dan terintegrasi dengan sistem perpajakan pemerintah. Digitalisasi tidak hanya meringankan beban administrasi, tetapi juga berpotensi meningkatkan kepatuhan pajak melalui sistem yang lebih praktis. Namun demikian, keberhasilan implementasi digitalisasi perpajakan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana pelaku

usaha mampu mengadopsi teknologi tersebut serta tingkat kepercayaan mereka terhadap keamanan, keandalan, dan konsistensi sistem yang dijalankan oleh pemerintah.

2.1.2.7. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004, yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, sumber pendapatan untuk membiayai Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) terdiri dari tiga komponen utama, yaitu (Mahfudh et.al., 2022):

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang meliputi pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan perusahaan milik daerah, serta pendapatan sah lainnya. Pemungutan pajak dan retribusi daerah wajib berlandaskan Peraturan Daerah sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, serta Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah dan Nomor 66 Tahun 2001 tentang Retribusi Daerah. Upaya peningkatan PAD ditempuh melalui penyederhanaan prosedur, penegakan hukum, pengawasan yang efektif, serta pelayanan yang lebih mudah tanpa menambah beban masyarakat maupun dunia usaha.
2. Dana Perimbangan, yaitu dana yang dialokasikan oleh pemerintah pusat kepada daerah dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah. Dana ini mencakup (Mahfudh et.al., 2022):

- a. bagi hasil pajak, seperti Pajak Bumi dan Bangunan, Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB), serta penerimaan dari sumber daya alam;
 - b. Dana Alokasi Umum (DAU); dan
 - c. Dana Alokasi Khusus (DAK).
3. Lain-lain pendapatan daerah yang sah, seperti dana darurat untuk penanggulangan bencana alam dari pemerintah pusat, dana hibah yang disetujui DPRD, serta sumbangan dari pihak ketiga.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 menjelaskan bahwa pajak daerah terdiri dari Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C, Pajak Parkir, dan Pajak Pengusahaan Sarang Burung Walet. Adapun retribusi daerah diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu (Mahfudh et.al., 2022):

1. Retribusi jasa umum,
2. Retribusi jasa usaha, dan
3. Retribusi perizinan tertentu.

Selain itu, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan mencakup bagian laba dari penyertaan modal pada Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Sementara itu, kategori lain-lain PAD yang sah meliputi hasil penjualan aset daerah yang tidak dipisahkan, penerimaan jasa giro, bunga deposito, tuntutan ganti rugi daerah (TGR), serta pengembalian pendapatan daerah (Mahfudh et.al., 2022).

Secara keseluruhan, sumber-sumber pendapatan tersebut berfungsi sebagai instrumen pembiayaan pemerintahan daerah dan pembangunan, dengan tujuan

utama untuk meningkatkan kesejahteraan serta pemerataan pembangunan bagi masyarakat.

1. Pajak Daerah

a. Timbulnya Pajak Daerah

Pajak daerah lahir seiring dengan pelaksanaan desentralisasi yang menciptakan daerah otonom. Dengan adanya otonomi, setiap daerah memperoleh kewenangan untuk mengatur urusan rumah tangganya sendiri, termasuk dalam hal pengelolaan pajak daerah (Mahfudh et.al., 2022).

b. Pengertian Pajak Daerah

Menurut Mardiasmo, pajak diartikan sebagai iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang yang bersifat memaksa, tanpa adanya imbalan langsung (kontraprestasi), dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran umum (Mahfudh et.al., 2022). Selanjutnya, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007, yang merupakan perubahan ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pada Pasal 1 ayat 1 menjelaskan bahwa pajak adalah kontribusi wajib dari orang pribadi atau badan kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan peraturan perundang-undangan, tanpa memperoleh imbalan langsung, dan dimanfaatkan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat

c. Ciri-Ciri Pajak Daerah

Kaho menyebutkan bahwa pajak daerah memiliki beberapa ciri pokok, yaitu (Mahfudh et.al., 2022):

- 1) Berasal dari pajak negara yang dialihkan kepada daerah.
- 2) Penyerahan dilakukan melalui Undang-Undang.
- 3) Dipungut oleh pemerintah daerah berdasarkan kekuatan hukum yang berlaku.
- 4) Hasil pemungutannya dipergunakan untuk membiayai penyelenggaraan urusan rumah tangga daerah serta kebutuhan publik di wilayah tersebut.

d. Jenis Pajak Daerah

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah terbagi menjadi dua kelompok, yaitu:

- 1) Pajak Provinsi, yang meliputi Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, Pajak Air Permukaan, dan Pajak Rokok.
- 2) Pajak Kabupaten/Kota, yang terdiri atas Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2), serta Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB).

2. Retribusi Daerah

a. Pengertian Retribusi Daerah

Retribusi daerah merupakan pungutan resmi yang dilakukan oleh pemerintah, biasanya dikenakan atas permohonan izin tertentu. Secara hukum, hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 yang kemudian diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, serta diperinci dalam Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001.

b. Ciri-Ciri Retribusi Daerah

Ciri utama retribusi daerah antara lain:

- 1) Dipungut berdasarkan Undang-Undang dan berlaku secara umum.
- 2) Terdapat imbalan langsung (kontraprestasi) kepada individu yang membayar, berupa pelayanan tertentu.
- 3) Hasil pemungutannya digunakan untuk membiayai pelayanan umum terkait jenis retribusi yang dikenakan.
- 4) Pelaksanaannya bersifat memaksa, meskipun paksaan tersebut lebih bersifat ekonomis.

c. Tolok Ukur Penilaian Pajak dan Retribusi Daerah

Pajak dan retribusi daerah dapat dinilai dari beberapa aspek, yaitu (Mahfudh et.al., 2022):

- 1) Hasil (*yield*), yakni potensi penerimaan yang dapat diperoleh.

- 2) Keadilan, yaitu sejauh mana beban yang ditanggung sesuai dengan kemampuan masyarakat.
- 3) Daya guna ekonomi, yakni dampaknya terhadap kegiatan ekonomi daerah.
- 4) Kemampuan melayani, yaitu sejauh mana penerimaan tersebut mendukung pelayanan publik.
- 5) Kecocokan daerah sebagai sumber penerimaan, yakni relevansi jenis pungutan dengan karakteristik daerah yang bersangkutan.

2.1.2.8. Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Potensi keuangan daerah dapat dipahami sebagai kemampuan suatu wilayah dalam menghasilkan penerimaan untuk membiayai kebutuhan pembangunan maupun pelayanan publik. Untuk mengetahui potensi sumber penerimaan daerah, perlu diperhatikan adanya faktor-faktor yang dapat dikendalikan (seperti kebijakan dan kelembagaan) serta faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan (variabel ekonomi) yang memengaruhi kekuatan fiskal daerah. Menurut Wihana Kirana (dalam Mahfudh et.al., 2022), beberapa faktor tersebut antara lain:

1. Kondisi Awal Daerah

Struktur ekonomi dan sosial suatu wilayah berperan penting dalam menentukan besarnya pungutan yang dapat diterapkan pemerintah daerah. Kondisi ini juga berhubungan dengan kemampuan masyarakat dalam memenuhi kewajiban pembayaran. Faktor yang tercakup di dalamnya meliputi: komposisi industri di daerah tersebut, struktur sosial

dan politik, kapasitas administrasi pemerintahan, serta tingkat ketimpangan distribusi pendapatan.

2. Perluasan Cakupan

Upaya peningkatan penerimaan dapat dilakukan dengan memperluas cakupan objek maupun subjek pajak dan retribusi. Langkah ini dapat berupa penambahan basis penerimaan, peningkatan besaran ketetapan, serta pengurangan tunggakan pajak atau retribusi.

3. Perkembangan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Peningkatan pendapatan per kapita akan berbanding lurus dengan kemampuan masyarakat dalam membayar pungutan daerah. Dengan asumsi distribusi pendapatan tetap, semakin tinggi PDRB riil per kapita, semakin besar pula potensi penerimaan yang dapat digali oleh pemerintah daerah.

4. Pertumbuhan Penduduk

Jumlah penduduk juga memengaruhi besaran penerimaan. Semakin banyak penduduk, semakin besar pula potensi pendapatan yang dapat ditarik. Namun demikian, pertumbuhan penduduk tidak selalu berdampak secara proporsional terhadap peningkatan penerimaan daerah.

5. Tingkat Inflasi

Inflasi berpengaruh terhadap penerimaan daerah, khususnya pada pajak dan retribusi yang didasarkan pada omzet penjualan. Sementara itu, untuk pungutan dengan tarif tetap (flat), inflasi menjadi pertimbangan penting dalam melakukan penyesuaian tarif agar penerimaan tetap optimal.

6. Penyesuaian Tarif

Kebijakan penyesuaian tarif sangat menentukan peningkatan penerimaan. Tarif perlu disesuaikan dengan laju inflasi, karena kegagalan dalam melakukan penyesuaian dapat menghambat pertumbuhan pendapatan daerah.

7. Adanya Pembangunan Baru

Penerimaan daerah dapat meningkat melalui pembangunan infrastruktur baru, seperti pembangunan pasar, terminal, dan fasilitas publik lainnya yang berpotensi menjadi sumber pendapatan tambahan.

8. Sumber Pendapatan Baru

Potensi keuangan daerah juga dapat bertambah apabila terdapat aktivitas baru yang menciptakan sumber penerimaan tambahan dari pajak maupun retribusi yang sudah ada sebelumnya.

2.1.3. Kerangka Teoritis

2.1.3.1. *Mediatization Theory (Teori Mediatisasi)*

Mediatization Theory merupakan salah satu pendekatan penting dalam kajian komunikasi kontemporer yang menjelaskan bagaimana media dan teknologi komunikasi mengorganisasi serta mengubah struktur dan dinamika kehidupan sosial, politik, dan budaya. Menurut Krotz (2017), *mediatization* adalah meta-proses transformasi sosial jangka panjang, perkembangan media komunikasi dan teknologi informasi menjadi faktor utama yang membentuk cara manusia berinteraksi, berpikir, dan berorganisasi dalam masyarakat modern.

Krotz (2017) menegaskan bahwa *mediatization* berbeda dari konsep “efek media” atau “pengaruh media massa” yang cenderung bersifat linier. *Mediatization* tidak hanya membahas apa yang dilakukan media terhadap masyarakat, tetapi juga bagaimana masyarakat, institusi, dan budaya berubah karena keberadaan media itu sendiri. Media di sini bukan sekadar alat atau saluran penyampai pesan (*means of communication*), melainkan telah menjadi lingkungan sosial (*social environment*) yang membingkai seluruh proses komunikasi, baik di level individu, organisasi, maupun institusi politik.

Krotz (2017) menjelaskan bahwa dalam era digital, media tidak lagi berdiri di luar masyarakat, melainkan menjadi bagian integral dari proses sosial itu sendiri. Setiap praktik sosial kini termediasi oleh teknologi komunikasi digital: mulai dari aktivitas ekonomi, politik, hingga budaya. Dengan demikian, *mediatization* merupakan proses historis yang terus berkembang, yang dimulai sejak munculnya bahasa tulis, media cetak, dan kini mencapai puncaknya melalui digitalisasi dan konvergensi media.

Lebih lanjut, Krotz (2017) menguraikan bahwa *mediatization* dapat dipahami sebagai suatu kerangka konseptual untuk meneliti perubahan-perubahan sosial yang ditimbulkan oleh kehadiran media. Dalam pandangannya, ada empat meta-proses yang membentuk masyarakat modern, yaitu: *individualization*, *globalization*, *commercialization*, dan *mediatization*. Keempat proses ini saling berinteraksi dalam membentuk cara manusia berkomunikasi dan berhubungan dengan dunia sosialnya. *Mediatization* berperan sebagai penggerak utama dalam membentuk realitas sosial baru melalui komunikasi yang termediasi teknologi digital.

Krotz (2017) menekankan bahwa fenomena *mediatization* bersifat interdependen dan timbal balik, yang berarti media memengaruhi masyarakat, tetapi media juga dibentuk oleh struktur sosial, ekonomi, dan budaya di sekitarnya. Oleh karena itu, teori ini melihat masyarakat bukan sebagai objek pasif, melainkan sebagai sistem dinamis yang bertransformasi bersama perkembangan teknologi komunikasi. Proses ini menjelaskan mengapa perubahan bentuk media (dari cetak, televisi, ke digital) selalu diikuti oleh perubahan bentuk komunikasi sosial, struktur kekuasaan, dan praktik politik di masyarakat.

Menurut Krotz (2017), teori mediatisasi memiliki empat gagasan utama:

1. Transformasi media, yaitu perubahan dari media tradisional menuju infrastruktur digital yang mengatur hampir semua aktivitas simbolik manusia.
2. Transformasi masyarakat dan budaya, yaitu perubahan nilai, perilaku, interaksi sosial, dan struktur kekuasaan akibat dominasi media digital.
3. Interdependensi dua arah, yaitu media memengaruhi masyarakat, tetapi juga berkembang mengikuti kebutuhan sosial dan budaya manusia.
4. Proses historis dan terus berlangsung dimana *mediatization* tidak berhenti; ia berkembang dari masa tulisan, cetak, hingga era digital sekarang.

Dari uraian Krotz (2017), aspek-aspek utama dalam teori mediatisasi ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Aspek dalam *Mediatization Theory*

Aspek / Dimensi	Penjelasan
Media sebagai infrastruktur sosial	Media menjadi bagian dari sistem sosial—mengatur komunikasi publik, politik, ekonomi, dan budaya.
Media logic / logika media	Setiap praktik sosial kini mengikuti logika media (cara kerja, estetika, dan tempo komunikasi digital). Misalnya: politik mengikuti logika viralitas dan visualitas di media sosial.
Transformasi interaksi sosial	Hubungan antarindividu, organisasi, dan institusi kini dimediasi oleh media. Komunikasi tidak lagi murni tatap muka, tetapi melalui platform digital.
Mikro, mezzo, dan makro	<i>Mediatization</i> terjadi di tiga level: individu (mikro), organisasi/kelompok (mezzo), dan struktur sosial (makro).
Historis dan kritis	Proses <i>mediatization</i> harus dipahami sebagai bagian dari sejarah dan juga dikritis: apakah ia mendukung demokrasi atau justru memperkuat dominasi kapitalisme dan korporasi digital.

Teori *mediatization* dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana transformasi media digital mengubah pola komunikasi politik dan kebijakan publik dalam konteks pemerintahan daerah. Digitalisasi pajak bukan hanya inovasi administratif, melainkan bentuk proses *mediatization* dalam kebijakan fiskal daerah, di mana sistem perpajakan tradisional ditransformasikan menjadi sistem digital yang mengandalkan logika media: kecepatan akses, efisiensi, transparansi, dan data *real-time*. Hal ini menunjukkan bagaimana struktur komunikasi antara pemerintah daerah dan masyarakat kini termediasi oleh sistem teknologi digital.

Selain itu, Fraksi PKB DPRD Jawa Barat berperan sebagai aktor politik yang beroperasi dalam lingkungan yang telah termediasi secara digital. Sebagai bagian dari institusi legislatif, fraksi ini harus mampu menggunakan logika media dalam menjalankan fungsi komunikasi politik, baik dalam menyusun rekomendasi kebijakan, mengawasi implementasi digitalisasi pajak, maupun menyampaikan pesan politik kepada publik melalui media sosial dan kanal digital resmi.

Dengan demikian, teori *mediatization* memberikan landasan konseptual untuk memahami bahwa digitalisasi pajak adalah bentuk konkret dari proses *mediatization* di ranah pemerintahan dan politik daerah. Melalui teori ini, penelitian dapat menganalisis bagaimana teknologi digital mengubah pola komunikasi antara pemerintah, DPRD (Fraksi PKB), dan masyarakat, serta bagaimana perubahan tersebut memengaruhi transparansi dan kepercayaan publik terhadap tata kelola fiskal daerah.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini berfungsi sebagai pijakan konseptual yang menjelaskan alur analisis mulai dari permasalahan penelitian, pemilihan teori, hingga aspek-aspek yang digunakan untuk memahami fenomena digitalisasi pajak sebagai strategi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Jawa Barat. Penelitian ini berangkat dari fenomena empiris terkait penurunan PAD Jawa Barat dalam beberapa tahun terakhir, yang menimbulkan kebutuhan mendesak akan strategi baru untuk mendorong efektivitas fiskal dan penguatan kemandirian daerah. Dalam konteks transformasi digital tata kelola pemerintahan, digitalisasi

pajak muncul sebagai langkah modernisasi penting yang bukan hanya berfungsi administratif, tetapi juga berperan dalam membentuk pola komunikasi antara pemerintah, legislatif, dan masyarakat.

Untuk memahami dinamika ini, penelitian menggunakan teori *mediatization*, yang memberikan perspektif bahwa proses digitalisasi tidak sekadar perubahan teknologi, tetapi merupakan transformasi fundamental dalam cara lembaga politik, institusi pemerintah, dan masyarakat berinteraksi. Dalam kerangka *mediatization*, digitalisasi pajak dipandang sebagai bagian dari proses struktural yang mengubah tata kelola komunikasi politik daerah, logika kerja birokrasi, dan pola hubungan antara pemerintah dan warga.

1. Media sebagai Infrastruktur Sosial

Dimensi ini memandang media sebagai bagian dari struktur sosial yang mengatur pola komunikasi publik, ekonomi, politik, dan budaya. Dalam konteks penelitian ini, digitalisasi pajak tidak hanya menjadi sistem teknologi, tetapi menjadi infrastruktur komunikasi fiskal yang membentuk cara pemerintah menyampaikan informasi pajak, menarik penerimaan, dan berinteraksi dengan wajib pajak. Sistem seperti e-SPPT, e-BPHTB, dan SIMPAD di Jawa Barat menjadi alat yang memungkinkan pemerintah menyederhanakan alur komunikasi pajak, mempercepat akses informasi, dan memastikan transparansi. Fraksi PKB DPRD Jawa Barat sebagai aktor politik juga memanfaatkan infrastruktur digital ini untuk memperkuat fungsi pengawasan dan penyampaian rekomendasi

kebijakan kepada eksekutif. Dengan demikian, digitalisasi pajak menjadi bagian struktural dari sistem komunikasi pemerintahan modern.

2. *Media Logic* (Logika Media)

Mediatization menekankan bahwa praktik politik dan pemerintahan kini mengikuti logika media yakni cara kerja, estetika, ritme, dan tuntutan platform digital. Digitalisasi pajak membawa pemerintah daerah memasuki pola komunikasi baru yang menuntut kecepatan, responsivitas, keterbukaan, dan sistem yang *real time*. Logika media ini mengatur bagaimana data pajak diolah, bagaimana informasi disebarluaskan, serta bagaimana masyarakat berinteraksi dengan lembaga publik.

Dalam penelitian ini, logika media terlihat dari cara pemerintah Jawa Barat mengadaptasi tempo kerja digital, seperti sistem pembayaran pajak online 24/7, transparansi data, dan pemanfaatan platform digital untuk meminimalkan birokrasi. Bagi Fraksi PKB DPRD Jawa Barat, logika media juga memengaruhi strategi politik mereka, bagaimana mereka menyusun narasi kebijakan, mengkomunikasikan rekomendasi, dan membangun legitimasi publik melalui mekanisme digital.

3. Transformasi Interaksi Sosial dan Politik

Dimensi ini menjelaskan bahwa *mediatization* menghasilkan perubahan signifikan pada pola interaksi antara individu, organisasi, dan institusi. Hubungan yang sebelumnya bergantung pada interaksi tatap muka kini dimediasi oleh platform digital.

Dalam konteks digitalisasi pajak Jawa Barat, transformasi ini terlihat dari:

- a. cara wajib pajak memperoleh informasi dan melakukan pembayaran,
- b. cara pemerintah daerah mengelola data dan membangun kanal komunikasi baru,
- c. cara DPRD pada Fraksi PKB, dengan menggunakan data digital sebagai dasar evaluasi dan rekomendasi kebijakan.

Interaksi yang semakin digital menciptakan peluang inklusivitas sekaligus tantangan baru, seperti ketimpangan literasi digital atau kurangnya akses masyarakat di daerah tertentu. Karena itu, dimensi ini penting untuk memahami dampak digitalisasi pajak pada struktur interaksi sosial-fiskal di Jawa Barat.

4. Mikro, Mezzo, dan Makro

Teori *mediatization* menekankan bahwa perubahan akibat media terjadi pada berbagai level:

- a. Mikro → individu wajib pajak (kepatuhan, akses, pengalaman menggunakan sistem digital).
- b. Mezzo → organisasi seperti Badan Pendapatan Daerah (Bapenda), DPRD, dan Fraksi PKB.
- c. Makro → struktur kebijakan fiskal daerah dan regulasi pemerintah Jawa Barat.

Penelitian ini memanfaatkan tiga level tersebut untuk menganalisis digitalisasi pajak secara komprehensif. Pada level mikro, penelitian menggali pengalaman masyarakat dalam menggunakan sistem pajak digital. Pada level mezzo, penelitian melihat bagaimana Fraksi PKB

berperan dalam proses pengawasan dan rekomendasi kebijakan. Pada level makro, penelitian menelaah dampak digitalisasi terhadap peningkatan PAD dan efektivitas tata kelola fiskal daerah.

Dengan demikian, teori *mediatization* memungkinkan analisis multi-level yang sesuai dengan karakter penelitian kualitatif deskriptif yang dilakukan.

5. Historis dan Kritis

Dimensi ini melihat *mediatization* sebagai proses historis yang perlu dikritisi. Digitalisasi pajak tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi merupakan bagian dari perkembangan panjang e-government, reformasi birokrasi, dan perubahan budaya komunikasi masyarakat.

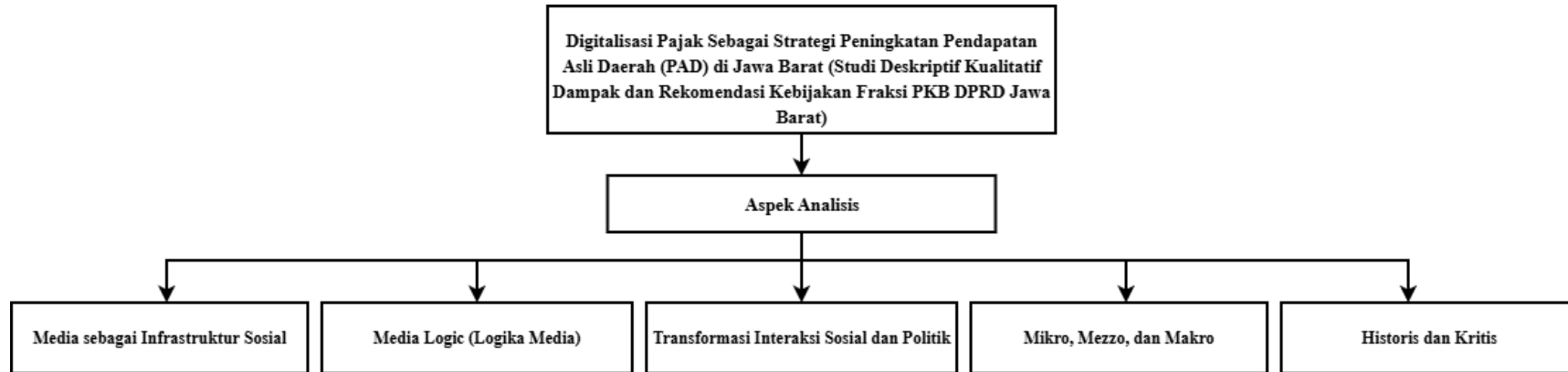
Dalam penelitian ini, dimensi historis dan kritis digunakan untuk mengevaluasi:

- a. bagaimana digitalisasi pajak berakar dari kebijakan nasional dan kebutuhan daerah,
- b. apakah digitalisasi benar-benar meningkatkan transparansi atau justru menimbulkan kesenjangan baru,
- c. apakah pemanfaatan media digital memperkuat demokrasi fiskal atau memperbesar ketimpangan akses informasi,
- d. bagaimana Fraksi PKB memposisikan diri sebagai aktor politik yang mengkritisi sekaligus mengadvokasi kebijakan digitalisasi pajak.

Dimensi ini menjadi penting untuk memastikan bahwa analisis digitalisasi pajak tidak hanya deskriptif, tetapi juga reflektif dan kritis terhadap proses mediatization yang sedang berlangsung.

Melalui kelima dimensi mediatization ini, digitalisasi pajak dipahami sebagai proses transformasi sosial-politik yang kompleks, bukan sekadar perubahan teknologi. Kerangka pemikiran ini memungkinkan penelitian menganalisis digitalisasi pajak sebagai bagian dari dinamika komunikasi politik, modernisasi birokrasi, dan strategi fiskal daerah. Fraksi PKB DPRD Jawa Barat menjadi aktor kunci yang memahami, merespons, dan membentuk arah kebijakan digitalisasi pajak, sehingga mampu memberikan rekomendasi yang relevan untuk meningkatkan PAD Jawa Barat secara berkelanjutan.

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti (2025)