



## Pengawasan Digital dan Sosial Media *Tax Shaming* dalam Membentuk Kepatuhan Pajak Sukarela

### Digital Panopticon and Social Media Tax Shaming in Voluntary Tax Compliance Intentions

Astrid Faradisty\*<sup>1</sup>, Sinta Ramaiyanti<sup>2</sup>, Fitri Humairoh<sup>3</sup>, Mida Aprilina Tarigan<sup>4</sup>

<sup>1234</sup>Universitas Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Kampus Bina Widya KM 12,5 Pekanbaru

Email: [\\*astrid.faradisty@lecturer.unri.ac.id](mailto:*astrid.faradisty@lecturer.unri.ac.id)

#### Article Info

Article history:

Received: 8 Mei 2026

Accepted: 17 Juni 2026

Published: 20 Juni 2026

Keywords: *digital panopticon; cancel culture; tax shaming; voluntary compliance; generation z*

DOI: [10.37859/jae.v16i1.11453](https://doi.org/10.37859/jae.v16i1.11453)

JELClassification: H2, H3, P2

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengawasan pajak digital dan *social media tax shaming* terhadap kepatuhan pajak sukarela Generasi Z di Indonesia. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), data dihimpun dari 207 responden Generasi Z melalui kuesioner daring skala Likert 1-4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengawasan pajak digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan sukarela. Temuan krusial mengungkapkan bahwa *social media tax shaming* memiliki pengaruh signifikan dengan nilai t-statistik lebih tinggi dibandingkan pengawasan formal. Hal ini mengindikasikan Generasi Z lebih rentan terhadap tekanan sosial komunitas digital dibandingkan ancaman otoritas. Secara teoretis, penelitian ini memperluas *Slippery Slope Framework* dengan mengintegrasikan pengawasan horizontal sebagai determinan baru moralitas pajak. Implikasinya, Direktorat Jenderal Pajak disarankan mengadopsi strategi komunikasi berbasis reputasi digital untuk merangkul wajib pajak muda.

*This research examines the influence of digital tax oversight and social media tax shaming on the voluntary tax compliance of Generation Z in Indonesia. Employing a quantitative approach with Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), data were collected from 207 Generation Z respondents via online questionnaires using a 1-4 Likert scale. The results indicate that digital tax oversight has a positive and significant effect on voluntary compliance. Crucially, social media tax shaming exhibits a higher t-statistic value than formal oversight, suggesting that Generation Z is more susceptible to social pressure from digital communities than to formal authority threats. Theoretically, this study extends the Slippery Slope Framework by integrating horizontal monitoring as a new determinant of tax morality. Practically, the tax authority is advised to adopt digital reputation-based communication strategies to engage younger taxpayers.*

## PENDAHULUAN

Dalam peta jalan menuju Indonesia Emas 2045, keberlanjutan fiskal nasional sangat bergantung pada partisipasi aktif generasi muda, khususnya Generasi Z. Saat ini Generasi Z mulai memasuki usia produktif dan menjadi subjek pajak baru. Sebagai kelompok pengguna dunia digital, Generasi Z memiliki karakteristik dan perilaku yang unik dibandingkan generasi sebelumnya (Ciziceno, 2024; Fitriana et al., 2025). Mereka memiliki literasi teknologi yang tinggi, namun cenderung ragu-ragu terhadap otoritas formal dan sangat merespons cepat dinamika sosial di ruang digital (L. Batrancea et al., 2019). Fenomena ini menciptakan tantangan baru bagi otoritas pajak dalam menumbuhkan kepatuhan pajak sukarela di tengah ekosistem digital yang semakin transparan.

Dalam mengonseptualisasikan kepatuhan perpajakan Generasi Z, penting untuk membedakan secara tegas tiga bentuk manifestasi perilaku, yaitu kepatuhan dipaksakan, kepatuhan sukarela, dan kepatuhan berbasis tekanan sosial (L. Batrancea et al., 2019; L. M. Batrancea et al., 2022; Gobena, 2024; Joel et al., 2023). Modernisasi sistem administrasi melalui *Coretax* cenderung menghasilkan kepatuhan dipaksakan, di mana kepatuhan didorong oleh risiko denda dan kekuatan deteksi formal otoritas (Arum et al., 2025; Qonitah, 2025). Di sisi lain, fenomena *social media tax shaming* pada tahap awal memicu kepatuhan karena tekanan sosial dan adanya beban psikologis berupa ketakutan akan sanksi sosial dan rusaknya reputasi di ruang digital. Namun, bagi Generasi Z yang menganggap ruang digital sangat penting (Ciziceno, 2024; Fitriana et al., 2025), sanksi horizontal ini tidak sekadar berfungsi sebagai ancaman yang menciptakan rasa takut. Lebih jauh, tekanan pengguna media sosial mendorong terjadinya proses internalisasi norma, di mana nilai-nilai kepatuhan yang awalnya dipaksakan oleh lingkungan digital secara bertahap diadopsi menjadi keyakinan moral pribadi (Martinez, n.d.; Rusina, 2020; Sabina & Małgorzata, 2025). Ketika norma tersebut telah tertanam dalam pola pikir, perilaku wajib pajak muda ini akan berubah dari yang semula patuh karena menghindari kecaman publik, menjadi kepatuhan pajak sukarela yang hadir dari kesadaran etis (Coricelli et al., 2014; Okafor, 2023; Rusina, 2020; Sabina & Małgorzata, 2025; Susilawati & Nandini, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini memosisikan pengawasan horizontal di media sosial bukan sekadar ancaman terhadap reputasi, melainkan sebagai hal penting dalam membentuk kepatuhan sukarela melalui internalisasi norma.

Urgensi penelitian ini dimulai dari perubahan sistem administrasi perpajakan Indonesia melalui implementasi *Core Tax Administration System* dan integrasi Nomor Induk Kewarganegaraan (NIK) menjadi Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan. Kebijakan ini merupakan bentuk penguatan kekuasaan otoritas melalui pengawasan pajak digital. Secara teoretis, peningkatan efektivitas pengawasan digital seharusnya meningkatkan kepatuhan melalui kemungkinan resiko deteksi yang lebih tinggi (Nadirov & Dehning, 2023). Namun di Indonesia, penguatan pengawasan formal sering kali berbenturan dengan rendahnya kepercayaan. Hal ini menyebabkan kepatuhan yang muncul cenderung bersifat dipaksakan dan bukan kesadaran moral yang berkelanjutan (L. Batrancea et al., 2019).

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengamatan terhadap fenomena pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat digital melalui *Social Media Tax Shaming*. Saat ini, media sosial telah berpindah menjadi *Digital Panopticon*, di mana masyarakat digital lebih aktif melakukan pengawasan terhadap ketidakwajaran aset. Contoh kasus nyata yang paling fenomenal adalah kasus Rafael Alun Trisambodo (KPK, 2025), di mana perilaku *flexing* atau pamer kekayaan anggota keluarga di media sosial memicu investigasi massal oleh masyarakat digital. Hal ini yang kemudian memaksa otoritas pajak untuk melakukan audit formal. Kasus serupa juga menimpa berbagai *influencer* dan pejabat publik lainnya yang menjadi sasaran *cancel culture* akibat ketidakseimbangan antara gaya hidup mewah dengan profil

perpajakannya. Bagi Generasi Z, risiko pengawasan oleh masyarakat digital sering kali dianggap lebih menakutkan dibandingkan sanksi denda administratif (Nurwanah et al., 2018)

Hingga saat ini, literatur perpajakan di Indonesia masih banyak melakukan pengujian variabel tradisional seperti sanksi denda dan kualitas pelayanan (Fitriana et al., 2025; Marni et al., 2021). Masih terdapat celah literatur mengenai bagaimana ketakutan akan sanksi sosial digital yang dalam hal ini dalam bentuk media sosial tax shaming berinteraksi dengan pengawasan negara dalam membentuk perilaku Generasi Z. Penelitian ini penting untuk dilakukan untuk memberikan pemahaman mengenai kepatuhan Generasi Z. Apakah kepatuhan tersebut lebih didorong oleh kecanggihan sistem digital pemerintah atau oleh rasa takut akan kecaman sosial di dunia maya? Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengawasan Pajak Digital dan Social Media Tax Shaming terhadap Kepatuhan Pajak Sukarela Generasi Z di Indonesia.

Penelitian ini didukung oleh teori *Slippery Slope Framework* yang dikembangkan oleh Kirchler et al. (2008) dan diperbarui oleh L. Batrancea et al. (2019). Teori ini menyatakan bahwa kepatuhan pajak ditentukan oleh dua pilar utama, yaitu kekuatan otoritas dan kepercayaan pada otoritas. Dalam konteks digital, kekuasaan otoritas dapat dilihat melalui kecanggihan sistem pengawasan. Namun demikian, kepercayaan dipengaruhi oleh keadilan prosedur. Penelitian ini memposisikan pengawasan pajak digital sebagai bentuk kekuatan yang memaksa kepatuhan. Selain itu, *Social Media Tax Shaming* diposisikan sebagai faktor eksternal yang memperkuat moralitas wajib pajak melalui tekanan norma sosial (Kirchler et al., 2008; L. Batrancea et al., 2019).

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perundang-undangan (2021), integrasi data NIK menjadi NPWP memperkuat basis data DJP dalam melakukan pemetaan wajib pajak. Pengawasan yang efektif meningkatkan persepsi probabilitas deteksi ketidakpatuhan. Bagi Generasi Z, keberadaan algoritma yang mampu melacak transaksi digital menciptakan kesadaran bahwa ruang untuk melakukan penghindaran pajak semakin sempit (Walls et al., 2025). Ketika pengawasan digital dianggap dapat dipercaya dan transparan, hal ini mendorong individu untuk patuh secara sukarela guna menghindari konsekuensi hukum di masa depan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis **“Pengawasan Pajak Digital berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Pajak Sukarela Generasi (H1)”**.

*Social media tax shaming* adalah bentuk sanksi sosial digital yang muncul akibat norma kelompok di ruang digital. Fenomena ini bekerja sebagai mekanisme pengawasan horizontal, di mana masyarakat digital bertindak sebagai pengawas perilaku fiskal sesama warga negara. Lingkungan sosial merupakan determinan kuat dalam membentuk perilaku kepatuhan di Indonesia. Generasi Z sangat peduli pada reputasi digital dan takut terhadap isolasi sosial. Hal ini akan menyelaraskan perilaku pajak dengan norma yang berlaku di media sosial (Nurwanah et al., 2018; Ciziceno, 2024). Kasus viralnya investigasi kekayaan pejabat (seperti kasus Rafael Alun) membuktikan bahwa sanksi masyarakat digital dapat menjadi pendorong moralitas pajak yang kuat. Ancaman malu di ruang publik mendorong wajib pajak untuk melaporkan pajaknya dengan benar demi menjaga citra sosial mereka (Cahyonowati et al., 2023; Cullis et al., 2012). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis: **“Social Media Tax Shaming berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Pajak Sukarela Generasi Z (H2)”**.

## METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Jawa, Sumatera dan Kalimantan (kelahiran 1997–2012). Ketiga pulau ini merupakan beberapa pulau terbesar di Indonesia. Penggunaan sampel lintas wilayah dipilih agar penelitian ini mampu menangkap dinamika media sosial yang bersifat tidak terbatas. Mengingat fenomena *tax shaming* dan pengawasan

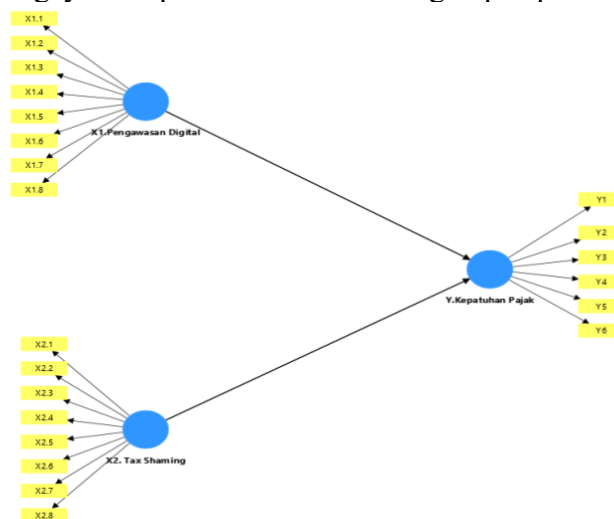
digital terjadi secara masif di seluruh ruang digital Indonesia (Coricelli et al., 2014; Okafor, 2023)

Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui pendekatan *purposive sampling* dengan instrumen survei daring melalui *Google Form*. Kriteria responden meliputi: (1) Generasi Z yang aktif berinteraksi di media sosial; dan (2) memiliki pemahaman atau keterlibatan dalam aktivitas ekonomi digital (seperti *content creator*, *reseller*, atau pekerja lepas). Dari proses pengumpulan data, diperoleh 207 responden yang valid. Berdasarkan kriteria SEM-PLS, jumlah 207 ini sangat memadai karena telah melampaui ambang batas minimum yang disyaratkan untuk menjaga stabilitas model jalur dan kekuatan statistik saat pengujian hipotesis (Hair & Alamer, 2022).

Instrumen penelitian dikembangkan melalui literatur perpajakan berkaitan dengan perilaku kepatuhan pajak. Sebelum pengumpulan data, peneliti telah melakukan uji coba instrumen (*pilot test*) pada 26 responden untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan bersifat valid dan reliabel. Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert 4 poin (1: Sangat Tidak Setuju hingga 4: Sangat Setuju).

Berikut adalah kerangka variabel yang digunakan:

1. Pengawasan Pajak Digital (X<sub>1</sub>): Diadaptasi dari konsep *Digital Panopticon* (Gangodawilage, 2021; Utami et al., 2025) yang berfokus pada persepsi responden terhadap kemampuan algoritma pemerintah dalam mendeteksi aset melalui jejak digital dan viralitas.
2. Sanksi Sosial Informal (X<sub>2</sub>): Dikembangkan dari teori sanksi sosial digital (Okafor, 2023; Susilawati & Nandini, 2022), yang mengukur tingkat kekhawatiran individu terhadap *spilling* (pembongkaran rahasia), hujatan digital, serta risiko reputasi akibat ketidakpatuhan.
3. Niat Kepatuhan Pajak (Y): Merujuk pada dimensi kepatuhan sukarela dalam *Slippery Slope Framework* (L. M. Batrancea et al., 2022), yang menekankan pada keinginan sinkronisasi antara gaya hidup di media sosial dengan pelaporan SPT.



Gambar 1 Model Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Evaluasi Measurement Model (Outer Model)

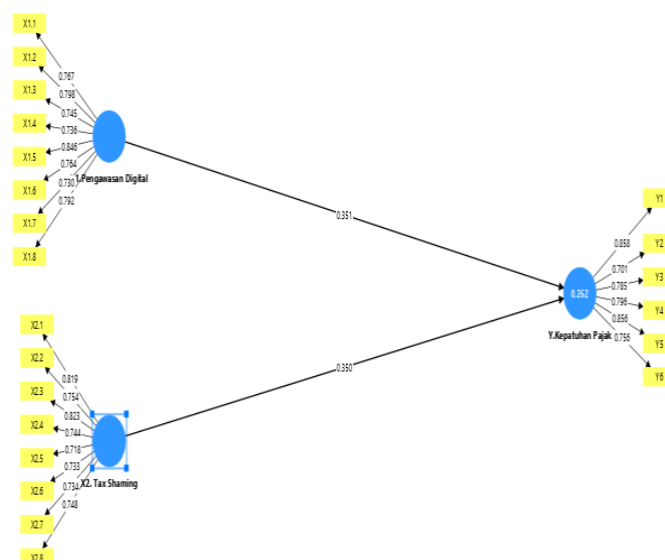
Sebelum melakukan pengujian hipotesis, dilakukan evaluasi terhadap model pengukuran (*outer model*) untuk memastikan instrumen penelitian memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas.

1. Validitas Konvergen: Berdasarkan data *Outer Loadings*, seluruh indikator pada variabel Pengawasan Digital (X<sub>1</sub>), Sanksi Sosial (X<sub>2</sub>), dan Kepatuhan (Y) memiliki

nilai di atas 0,70. Nilai tertinggi pada X1 terdapat pada item X1.5 (0,846) dan pada Y terdapat pada item Y1 (0,858). Hal ini diperkuat dengan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang berada di atas 0,50 untuk semua variabel (Y=0,630; X1=0,598; X2=0,578). Dengan demikian, instrumen dinyatakan valid secara konvergen.

Tabel 1. Hasil pengujian outer loading

	Kepatuhan	X1.	X2.
X1.1		0.767	
X1.2		0.798	
X1.3		0.745	
X1.4		0.736	
X1.5		0.846	
X1.6		0.764	
X1.7		0.730	
X1.8		0.792	
X2.1			0.819
X2.2			0.754
X2.3			0.823
X2.4			0.744
X2.5			0.718
X2.6			0.733
X2.7			0.734
X2.8			0.748
Y1	0.858		
Y2	0.701		
Y3	0.785		
Y4	0.796		
Y5	0.856		
Y6	0.756		



Gambar 2 Hasil Pengujian melalui SEM-PLS

2. Reliabilitas Konstruk: Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* ( $\rho_c$ ) seluruh variabel berada jauh di atas ambang batas 0,70. Variabel X1 memiliki

reliabilitas tertinggi (0,922). Hasil ini membuktikan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang sangat baik.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kepatuhan	0.883	0.897	0.911	0.630
X1.	0.904	0.922	0.922	0.598
X2.	0.896	0.904	0.916	0.578

- Uji Kolinieritas (VIF): Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk seluruh indikator berada di bawah angka 5 (rentang 1,7 - 3,5). Hal ini menunjukkan tidak adanya masalah multikolinieritas antar indikator dalam model.

Tabel 3 Hasil Uji Kolinieritas

Variabel	VIF
X1.1	1.978
X1.2	2.402
X1.3	2.081
X1.4	1.787
X1.5	2.355
X1.6	2.046
X1.7	1.837
X1.8	2.155
X2.1	2.246
X2.2	1.881
X2.3	2.471
X2.4	1.877
X2.5	1.715
X2.6	1.804
X2.7	1.762
X2.8	1.940
Y1	3.577
Y2	1.994
Y3	2.313
Y4	3.032
Y5	3.437
Y6	2.880

Evaluasi Structural Model (Inner Model)

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan evaluasi model struktural untuk melihat kecocokan model dan kekuatan pengaruh antar variabel.

- Goodness of Fit*: Nilai SRMR sebesar 0,072 (< 0,08) menunjukkan bahwa model penelitian ini *fit* atau sesuai dengan data lapangan.

Tabel 4 Hasil Pengujian *Goodness of Fit*

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.072	0.072
d ULS	1.296	1.296

d G	0.504	0.504
Chi-square	428.480	428.480
NFI	0.796	0.796

- Heterotrait-monotrait ratio: berdasarkan data, seluruh nilai korelasi HTment antarvariabel berada jauh di bawah ambang batas 0,85. Nilai tertinggi ditemukan pada hubungan antara Kepatuhan Pajak dengan *Tax Shaming* sebesar 0,404, diikuti oleh hubungan Kepatuhan Pajak dengan Pengawasan Digital sebesar 0,390, dan nilai terendah sebesar 0,116 pada korelasi antara *Tax Shaming* dengan Pengawasan Digital. Hasil ini membuktikan bahwa seluruh instrumen pengukur dalam variabel penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan yang sangat baik.
- Uji Effect Size ( $f^2$ ): Data pada Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel Pengawasan Digital memiliki kontribusi terhadap Kepatuhan Pajak dengan nilai  $f^2$  sebesar 0,167. Sementara itu, variabel *Tax Shaming* mencatatkan nilai  $f^2$  sebesar 0,166 terhadap Kepatuhan Pajak. Mengacu pada klasifikasi Cohen, kedua variabel independen tersebut berada pada rentang nilai  $0,15 < 0,35$  yang berarti baik Pengawasan Digital maupun *Social Media Tax Shaming* memiliki ukuran efek dalam kategori sedang (medium effect) yang seimbang dan substansial dalam memprediksi varians kepatuhan pajak sukarela Generasi Z.

Tabel 5 Hasil Pengujian  $f^2$ 

Variabel Independen	Variabel Dependen	Nilai $f^2$	Kategori Efek
Pengawasan Digital	Kepatuhan Pajak	0.167	Sedang (medium)
<i>Tax Shaming</i>	Kepatuhan Pajak	0.166	Sedang (medium)

- Koefisien Determinasi ( $R^2$ ): Nilai *R-square* untuk variabel Kepatuhan adalah 0,262. Hal ini menunjukkan bahwa Pengawasan Digital dan Sanksi Sosial mampu menjelaskan variansi Kepatuhan Pajak Sukarela sebesar 26,2%, sedangkan sisanya (73,8%) dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Angka ini termasuk kategori moderat untuk penelitian perilaku sosial.

Tabel 6 Hasil Pengujian Q-square

	R-square	R-square adjusted
Kepatuhan	0.262	0.253

- Uji Predictive Relevance ( $Q^2$ ): Hasil pengolahan data pada Tabel 7 memperlihatkan bahwa seluruh indikator reflektif dari variabel Kepatuhan Pajak (Y1 hingga Y6) menghasilkan nilai  $q^2_{predict}$  yang positif dan lebih besar dari nol ( $q^2 > 0$ ). Nilai relevansi prediktif tertinggi ditunjukkan oleh indikator Y\_1 (0,202) dan Y\_5 (0,185), sedangkan nilai prediktif terendah berada pada indikator Y\_6 (0,051). Secara keseluruhan, temuan ini memberikan bukti empiris yang kuat bahwa model pengawasan digital dan tekanan sosial digital yang dibangun dalam penelitian ini memiliki kapasitas serta akurasi yang baik dalam memprediksi perilaku kepatuhan pajak sukarela di luar sampel data saat ini.

Tabel 7 Hasil Pengujian  $Q^2$ 

	Nilai $q^2_{predict}$	Keterangan
Y1	0,202	Memiliki Kemampuan Prediksi

Y2	0123	Memiliki Kemampuan Prediksi
Y3	0,166	Memiliki Kemampuan Prediksi
Y4	0,072	Memiliki Kemampuan Prediksi
Y5	0,185	Memiliki Kemampuan Prediksi
Y6	0,051	Memiliki Kemampuan Prediksi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji jalur (*path analysis*) melalui prosedur *bootstrapping*, diperoleh temuan sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji Jalur

	Original sample (O)	T-statistics ( O/STDEV )	P values	Keterangan
X1. -> Kepatuhan	0.351	5.792	0.000	Signifikan
X2. -> Kepatuhan	0.350	6.297	0.000	Signifikan

### Pengaruh Pengawasan Pajak Digital terhadap Kepatuhan Pajak Sukarela

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Pengawasan Pajak Digital ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan sukarela ( $O=0,351$ ;  $T=5,792$ ). Dalam kerangka *Slippery Slope Framework*, temuan ini membuktikan bahwa teknologi telah memperkuat pilar *Power of Authority* atau kekuasaan otoritas melalui pengawasan yang ketat dan data yang transparan (Batrancea, 2021).

Di Indonesia, implementasi sistem administrasi *Coretax* dan integrasi NIK sebagai NPWP telah mengubah paradigma pengawasan dari manual menjadi berbasis data pihak ketiga. Indikator  $X_{1.5}$  (0,846) yang sangat tinggi menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kesadaran risiko yang tajam terhadap algoritma. Mereka menyadari bahwa negara kini memiliki kemampuan untuk menarik data dari sektor perbankan, *e-commerce*, hingga penyedia *e-wallet* secara *real-time* (Arum et al., 2025; Isnaini et al., 2025). Temuan ini sejalan dengan penelitian Alm et al. (2022) yang menyatakan bahwa digitalisasi administrasi perpajakan secara efektif meningkatkan persepsi probabilitas deteksi ketidakpatuhan. Bagi Generasi Z kepatuhan yang muncul adalah bentuk "respon rasional". Mereka memilih patuh karena menyadari bahwa dalam sistem yang terintegrasi, biaya untuk melakukan penghindaran pajak menjadi sangat tinggi dan sulit disembunyikan dari audit sistemik (Slimani, 2025)

### Pengaruh Social Media Tax Shaming terhadap Kepatuhan Pajak Sukarela

Variabel *Social Media Tax Shaming* ( $X_2$ ) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pajak Sukarela dengan koefisien 0,350 dan nilai T-statistik yang sangat kuat (6,297). Menariknya, kekuatan pengaruh  $X_2$  hampir setara dengan pengawasan formal ( $X_1$ ). Hal ini menandakan bahwa bagi Generasi Z, tekanan sosial di ruang digital memiliki bobot yang sama beratnya dengan pengawasan negara.

Ketakutan akan risiko reputasi digital dan fenomena *cancel culture* (seperti item  $X_{2.1}$  dan  $X_{2.3}$  yang memiliki loading tinggi) menjadi "polisi moral" bagi Gen Z. Mereka cenderung memilih patuh secara sukarela agar terhindar dari pembicaraan oleh masyarakat digital. Hal ini membuktikan bahwa norma subjektif dalam komunitas digital berperan besar dalam membentuk perilaku pajak di masa depan. Sanksi moral dari masyarakat digital

terbukti memiliki "daya paksa" yang sangat efektif dalam meningkatkan moralitas pajak generasi muda di Indonesia.

Temuan penting dalam penelitian ini adalah nilai t-statistik  $\chi^2$  (6,297) yang melampaui nilai t-statistik pengawasan formal (5,792). Secara sosiologis, hal ini mengindikasikan bahwa bagi Generasi Z, sanksi sosial dari komunitas digital memiliki daya tekan yang lebih kuat dibandingkan denda administratif. Fenomena *social media tax shaming* di Indonesia telah berubah menjadi kegiatan "Audit Horizontal". Audit Horizontal merupakan audit yang dilakukan oleh sesama warga. Indikator X2.3 (0,823) mengenai rasa malu jika dianggap tidak taat oleh komunitas digital. Menegaskan bahwa bagi penikmat aktif dunia digital, reputasi masyarakat digital adalah aset yang sangat berharga. Kasus-kasus viral terkait investigasi mandiri oleh masyarakat digital terhadap pelaku pameran harta yang tidak sinkron dengan profil pajak menunjukkan bahwa media sosial bekerja sebagai *digital panopticon* (Okafor, 2023).

Hasil ini membuktikan bahwa tekanan sosial berfungsi sebagai pendukung moralitas pajak di era modern. Ketika individu merasa diawasi oleh sesamanya, muncul motivasi untuk patuh demi menghindari *cancel culture* dan isolasi sosial. Temuan ini konsisten dengan penelitian Okafor (2023) dan Gangodawilage (2021) yang menyatakan bahwa di era media sosial, sanksi sosial informal memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap kepatuhan dibandingkan sanksi denda.

Walaupun tax shaming bertujuan untuk mempromosikan transparansi dan keadilan, tax shaming tetap harus menghormati batasan yang ditetapkan oleh hukum dan etika, termasuk prinsip proporsionalitas, privasi, dan proses hukum yang adil. Hal ini dikarenakan tax shaming dapat menimbulkan masalah sosial bila tidak dilakukan dengan prinsip kehati-hatian (Aitchison & Meckled-Garcia, 2021; Martinez, n.d.)

## SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bukti terkait dinamika kepatuhan pajak Generasi Z di tengah transformasi digital dan tekanan sosial. Berdasarkan analisis data terhadap 207 responden melalui model SEM-PLS, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama yaitu bahwa pengawasan Pajak Digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pajak Sukarela Generasi Z. Hal ini mengindikasikan bahwa kecanggihan algoritma otoritas dalam melakukan integrasi data (NIK-NPWP) dan pemantauan jejak digital menciptakan efek pencegahan (*deterrence effect*).

*Social Media Tax Shaming* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak sukarela. Temuan ini menegaskan bahwa sanksi sosial informal di ruang digital memiliki daya paksa yang kuat. Rasa takut akan risiko reputasi, fenomena *cancel culture*, dan potensi kecaman oleh masyarakat digital bertindak sebagai "polisi moral" yang efektif mendorong Generasi Z untuk bersikap seimbang antara gaya hidup digital dengan pelaporan pajak formal mereka.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan, sejumlah saran strategis diajukan untuk berbagai pihak terkait tanpa mengabaikan aspek praktis maupun akademis. Bagi Otoritas Perpajakan (DJP). DJP disarankan untuk mulai mengadopsi pendekatan edukasi yang berbasis pada pengelolaan reputasi digital. Mengingat Gen Z sangat peduli dengan citra diri di media sosial, kampanye perpajakan dapat diarahkan untuk membangun narasi bahwa menjadi wajib pajak yang patuh adalah bagian dari gaya hidup warga digital yang bertanggung jawab.

## DAFTAR PUSTAKA

Aitchison, G., & Meckled-Garcia, S. (2021). Against Online Public Shaming: Ethical Problems with Mass Social Media. *Social Theory and Practice*, 47(1), 1–31.

- <http://www.jstor.org/stable/45378050>
- Arum, M., Lamsah, L., & Fitrianiingsih, D. (2025). Dampak implementasi coretax system dalam praktik akuntansi pajak dan kepatuhan PPN di Indonesia. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 1013–1019. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3400>
- Batrancea, L. M., Nichita, A., De Agostini, R., Batista Narcizo, F., Forte, D., de Paiva Neves Mamede, S., Roux-Cesar, A. M., Nedev, B., Vitek, L., Pántya, J., Salamzadeh, A., Nduka, E. K., Kudła, J., Kopyt, M., Pacheco, L., Maldonado, I., Isaga, N., Benk, S., & Budak, T. (2022). A self-employed taxpayer experimental study on trust, power, and tax compliance in eleven countries. *Financial Innovation*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-022-00404-y>
- Batrancea, L., Nichita, A., Olsen, J., Kogler, C., Kirchler, E., Hoelzl, E., Weiss, A., Torgler, B., Fooker, J., Fuller, J., Schaffner, M., Banuri, S., Hassanein, M., Alarcón-García, G., Aldemir, C., Apostol, O., Bank Weinberg, D., Batrancea, I., Belianin, A., ... Zukauskas, S. (2019). Trust and power as determinants of tax compliance across 44 nations. *Journal of Economic Psychology*, 74, 102191. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.joep.2019.102191>
- Cahyonowati, N., Ratmono, D., & Juliarto, A. (2023). The role of social norms and trust in authority in tax compliance dilemmas. *Cogent Business and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2174084>
- Ciziceno, M. (2024). What shapes tax morality in younger generations? A comparative analysis between Gen Y and Gen Z. *Sociology Compass*, 18(2), e13179. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/soc4.13179>
- Coricelli, G., Rusconi, E., & Villeval, M. C. (2014). Tax evasion and emotions: An empirical test of re-integrative shaming theory. *Journal of Economic Psychology*, 40, 49–61. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2012.12.002>
- Cullis, J., Jones, P., & Savoia, A. (2012). Social norms and tax compliance: Framing the decision to pay tax. *The Journal of Socio-Economics*, 41(2), 159–168. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.socec.2011.12.003>
- Fitriana, K. N., Meillenia, R., Zaldin, A., & Lestari, M. I. (2025). Pengaruh Penerapan E-Filing, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Pajak Generasi Z. *Jurnal Bina Akuntansi*, 12(2), 216–231. <https://doi.org/10.52859/jba.v12i2.873>
- Gangodawilage, D. (2021). Use of technology to manage tax compliance behavior of entrepreneurs in the digital economy. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 11(3), 366–371. <https://doi.org/10.29322/ijsrp.11.03.2021.p11150>
- Gobena, L. B. (2024). Justice, power and voluntary tax compliance: a moderation analysis among taxpayers in Addis Ababa, Ethiopia. *Asian Review of Accounting*, 32(4), 628–645. <https://doi.org/10.1108/ARA-03-2023-0072>
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3). <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Isnaini, I., Yantiana, N., Kurniawan, R., & Tanjungpura, U. (2025). Efektivitas implementasi coretax dalam digitalisasi perpajakan : Implikasi terhadap efisiensi, profitabilitas dan peningkatan penerimaan pajak. 17(3), 641–651. <https://doi.org/10.24905/permana.v17i3.983>
- Joel, I. C., Wisdom, E., & Bolouimbelemoere, K. P. (2023). Influence of tax morale and tax culture on tax compliance. *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences*, 1(5), 500–509.

- Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework. *Journal of Economic Psychology*, 29(2), 210–225. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.05.004>
- KPK. (2025, April 5). *Studi Kasus Rafael Alun: Penerima Gratifikasi Rp16,6 Miliar*. <https://aclc.kpk.go.id/Aksi-Informasi/Eksplorasi/20251223-Studi-Kasus-Rafael-Alun-Penerima-Gratifikasi-Rp166-Miliar>.
- Marni, S., Ferdian, T., & Girsang, R. N. (2021). Pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, sanksi perpajakan dan tingkat pendidikan terhadap kepatuhan wajib pajak (studi kasus pada wajib pajak yang terdaftar di samsat kabupaten tebo). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, (1).
- Martinez, A. L. (n.d.). *Beyond Penalties: Tax Shaming, Fiscal Transparency, and the Architecture of Global Tax Governance*. 1–20.
- Nadirov, O., & Dehning, B. (2023). Trust in public programmes and distributive (in)justice in taxation. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 36(3). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2023.2222307>
- Nurwanah, A., Sutrisno, T., Rosidi, R., & Roekhudin, R. (2018). Determinants of tax compliance: Theory of planned behavior and stakeholder theory perspective. *Problems and Perspectives in Management*, 16(4), 395–407. [https://doi.org/10.21511/ppm.16\(4\).2018.33](https://doi.org/10.21511/ppm.16(4).2018.33)
- Okafor, O. N. (2023). Shaming of tax evaders: Empirical evidence on perceptions of retributive justice and tax compliance intentions. *Journal of Business Ethics*, 182(2), 377–395. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-05011-y>
- Qonitah, I. (2025). Analisis Implementasi Coretax Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Dan Optimalisasi Penerimaan Negara Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 15(1), 1–17. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.1911>
- Rusina, A. (2020). Name and shame? Evidence from the European Union tax haven blacklist. *International Tax and Public Finance*, 27(6), 1364–1424. <https://doi.org/10.1007/s10797-020-09594-6>
- Sabina, K., & Małgorzata, N. (2025). Not only fines: The impact of financial and shame penalties on tax evasion. *Roczniki Psychologiczne*, 28(1), 35. <https://doi.org/doi.10.18290/rpsych2025.0005>
- Slimani, S. (2025). The impact of tax administration digitalization on taxpayer behavior: A comprehensive review of previous studies. *International Journal of Economic Perspectives*, 1(19), 115. <https://ijeponline.org/index.php/journal/article/view/830>
- Susilawati, N., & Nandini, K. N. (2022). Psychol behav sci int j improving tax transparency with naming and shaming approach: A comparative study and public opinion in Indonesia. *Psychology and Behavioral Science International Journal. Psychol Behav Sci Int J*, 19(5). <https://doi.org/10.19080/PBSIJ.2022.19.556023>
- Undang-undang republik Indonesia Nomor 7 tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan, Pub. L. 7 Tahun 2021 (2021).
- Utami, R. T., Tjaraka, H., & Rahmiati, A. (2025). The influence of digitalization of the tax system, social media, and hedonism culture on tax compliance. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* (Vol. 8, Number 2).
- Walls, K., Palvia, P., Mehta, N., & Nemat, H. (2025). Cancel culture in the digital age: power, accountability, and global dynamics. *Journal of Global Information Technology Management*, 28(2), 71–76. <https://doi.org/10.1080/1097198X.2025.2491909>