



Persepsi Manfaat Pajak terhadap Ketidakpatuhan Pajak Generasi Muda dengan FoMO sebagai Mediasi

Nova Kalista Aprilliana¹

Ika Nur Azmi²

Haryono³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura

Email : b1031231119@student.untan.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura

Email : ikanurazmi@ekonomi.untan.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura

Email : haryono@ekonomi.untan.ac.id

Diterima: 24 Juni 2026

Direview: 7 Juli 2026

Dipublikasikan: 6 Agustus 2026

Abstract

Tax noncompliance is a fiscal challenge that has not yet been adequately addressed among Indonesia's younger generations. This quantitative study aims to examine the influence of perceived tax benefits on tax non-compliance and to determine the role of Fear of Missing Out (FoMO) as a mediating variable among Millennials and Generation Z. This study involved 178 Millennial and Gen Z respondents who hold a Taxpayer Identification Number (NPWP), have an income, and are active on social media in Pontianak, West Kalimantan. Data were collected via an online questionnaire using a 1–5 Likert scale and analyzed using Partial Least Squares-based Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that the perception of tax benefits does not significantly influence tax non-compliance but has a significant negative effect on FoMO. Furthermore, FoMO has a significant positive effect on tax non-compliance and was found to significantly mediate the effect of perceived tax benefits on tax non-compliance. Following these findings, tax education grounded in social psychology and relevant to digital life needs to be designed so that young people are not easily influenced by narratives of non-compliance on social media.

Keywords: Tax Benefit Perception, Tax Non-Compliance, Fear Of Missing Out, Generation Z, Millennials

Abstrak

Ketidakpatuhan pajak merupakan tantangan fiskal yang penanganannya masih belum optimal di kalangan generasi muda Indonesia. Studi kuantitatif ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat pajak terhadap ketidakpatuhan pajak serta mengetahui peran Fear of Missing Out (FoMO) sebagai variabel mediasi pada Generasi Milenial dan Generasi Z. Penelitian ini melibatkan 178 responden Milenial dan Gen Z yang memiliki NPWP, berpenghasilan, dan aktif menggunakan media sosial di Pontianak, Kalimantan Barat. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berskala Likert 1-5 dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM). Hasil penelitian menginformasikan bahwa persepsi manfaat pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap ketidakpatuhan pajak, namun berpengaruh negatif signifikan terhadap FoMO. Lebih lanjut, FoMO berpengaruh positif signifikan terhadap ketidakpatuhan pajak dan terbukti memediasi pengaruh persepsi manfaat pajak terhadap ketidakpatuhan pajak secara signifikan. Menindaklanjuti temuan ini, edukasi perpajakan berbasis psikologi sosial yang relevan dengan kehidupan digital perlu dirancang agar generasi muda tidak mudah terpengaruh narasi ketidakpatuhan di media sosial.

Kata kunci: Persepsi manfaat pajak, Ketidakpatuhan pajak, *Fear of Missing Out*, Generasi Z, Milenial.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan instrumen krusial dalam pendanaan pembangunan nasional dan penyelenggaraan layanan publik (Direktorat Jenderal Pajak, 2024; Sari et al., 2026). Selain itu, pajak juga memegang peranan vital dalam meratakan distribusi pendapatan masyarakat serta memberikan insentif untuk pertumbuhan ekonomi nasional (Prihastuti et al., 2023). Hampir semua negara menggunakan pajak sebagai sumber pendapatan dan pendanaan utamanya (Hermanto et al., 2022). Di Indonesia, sektor perpajakan berkontribusi sebesar 80-85% dari total penerimaan negara dalam beberapa tahun terakhir (Badan Pusat Statistik, 2025; Nurhayati et al., 2025). Kondisi ini juga relevan di tingkat daerah, termasuk kota Pontianak sebagai ibu kota Kalimantan Barat. Kepatuhan pajak yang tinggi tentunya dapat meningkatkan penerimaan negara (Millah et al., 2023; Wibowo et al., 2022), yang berarti patuh pajak bukan sekadar pemenuhan kewajiban hukum, melainkan juga merupakan fondasi utama bagi kelangsungan hidup bernegara sehingga optimalisasi pajak menjadi esensial untuk menjaga stabilitas fiskal. Oleh sebab itu, pemerintah berusaha memaksimalkan penerimaan pajak dengan berbagai upaya (Mustika et al., 2023). Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak di Indonesia belum maksimal (Pasolo et al., 2023), baik dalam kepatuhan formal maupun kepatuhan material (Rahmadani & Fauzihardani, 2024).

Fenomena ini menjadi semakin kompleks dengan maraknya ajakan tidak bayar pajak di media sosial yang secara langsung dapat memicu ketidakpatuhan di kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z. Pada Februari–Maret 2026, gerakan “Stop Bayar Pajak” meledak secara viral di Jawa Tengah melalui TikTok, Instagram Reels, dan X (Asmarani, 2026; Kompas.com, 2026). Banyak warganet muda menyebarkan narasi “pajak naik namun manfaat tidak terasa, jalan masih bolong, untuk apa bayar?”, serta ajakan untuk ikut-ikutan menunda atau tidak membayar Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) akibat lonjakan tagihan karena opsen pajak daerah (Suaramuda.net, 2026; Tribunjateng, 2026). Seruan ini menyebabkan antrean Samsat sepi di beberapa wilayah dan penurunan realisasi penerimaan pajak kendaraan (sekitar 2,5% di Wonosobo pada Januari 2026) (Asmarani, 2026; Kompas.com, 2026; Pratiwi, 2026). Gerakan ini tidak berhenti di Jawa Tengah saja. Fenomena serupa muncul di daerah lain dan semakin menggiring opini publik nasional (Rahayu, 2026). Di Lampung Timur, misalnya, warga Dusun Umbul Glimbung secara terbuka menyatakan stop bayar pajak dan mengalihkan dana tersebut untuk swadaya perbaikan jalan rusak (Mareta, 2026; Romli, 2026). Video aksi ini viral di berbagai platform dan mendapat dukungan luas dari netizen di luar daerah, termasuk komentar yang mendorong daerah lain untuk melakukan hal serupa (YouTube Kompas.com, 2026). Selain itu, kenaikan drastis Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) di berbagai wilayah seperti Jawa Timur (Jombang), Jawa Barat (Cirebon), Bali (Badung dan Gianyar), serta Sulawesi Selatan turut memicu diskusi seruan boikot pajak di media sosial (Asmarani, 2026; Purwanto, 2025).

Narasi-narasi ini menyebar cepat di kalangan generasi muda secara nasional, tidak terkecuali di Kalimantan Barat. Pemicu awal berbeda antar-daerah, namun kesamaan isu yaitu ketidakpuasan terhadap manfaat pajak yang tidak dirasakan menciptakan efek domino yang dapat memengaruhi sikap kepatuhan wajib pajak muda di Kota Pontianak. Hal ini terlihat dari maraknya *repost* dan komentar dukungan di platform seperti TikTok dan Instagram yang lintas provinsi, berpotensi menurunkan kesadaran pajak generasi muda secara lebih luas di masa mendatang (Tempo.co, 2026). Meskipun kasus-kasus tersebut secara spesifik terjadi pada pajak daerah seperti PKB dan PBB-P2, mekanisme sosial-psikologis yang mendasarinya yaitu kecemasan tertinggal dari kelompok sebaya dan konformitas terhadap norma kelompok digital (McKee et al., 2024; Przybylski et al., 2013) bersifat generik dan tidak terbatas pada satu jenis pajak tertentu. Dengan demikian, mekanisme yang sama secara teoretis diduga turut relevan dalam membentuk sikap kepatuhan wajib pajak muda terhadap kewajiban pajak penghasilan, yang menjadi fokus utama penelitian ini. Perkembangan media sosial membuat perilaku perpajakan tidak lagi hanya dipengaruhi kalkulasi ekonomis, melainkan juga faktor sosial-psikologis. Salah satu faktor utama adalah persepsi manfaat pajak. Persepsi manfaat pajak didefinisikan sebagai penilaian wajib pajak mengenai keuntungan yang mereka terima setelah membayar pajak (Tristyawan, 2018), di mana persepsi manfaat yang tinggi mendorong kepatuhan, sementara persepsi rendah menyebabkan pengabaian kewajiban (Ummami et al., 2015). Selain itu, kepercayaan terhadap otoritas dan norma sosial terbukti menjadi penjelas signifikan terhadap kepatuhan pajak dibandingkan audit dan denda (Cahyonowati et al., 2023). Di era *digital native*, *Fear of Missing Out* (FoMO) semakin relevan.

FoMO adalah kekhawatiran tertinggal dari pengalaman orang lain, yang muncul akibat defisit kebutuhan psikologis (Przybylski et al., 2013). Dalam konteks perpajakan, FoMO diduga dapat mendorong kecenderungan ketidakpatuhan ketika individu terpapar narasi negatif di media sosial. Dugaan ini didasarkan pada temuan bahwasanya orang dengan FoMO tinggi berpotensi lebih mudah dipengaruhi norma sosial dan menunjukkan penilaian moral yang lebih permisif (McKee et al., 2024). Fenomena ini memperkuat resistensi dan ketidakpatuhan kolektif melalui pengaruh norma kelompok di ruang digital.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji kepatuhan pajak dari sisi persepsi manfaat (Adem et al., 2024; Sari et al., 2022), norma sosial dan kepercayaan kepada otoritas (Cahyonowati et al., 2023; Kogler et al., 2023), serta pengaruh media sosial terhadap perilaku perpajakan generasi muda (Kurnia & Khomsiyah, 2023; Utami et al., 2025). Utami et al., (2025) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berkontribusi positif pada kepatuhan pajak Gen Z melalui fungsi edukasi, namun budaya hedonistik yang disebarluaskan melalui media yang sama juga menurunkan motivasi kepatuhan. Cahyonowati et al. (2023) menemukan bahwa kepercayaan kepada otoritas dan norma sosial secara signifikan meningkatkan kepatuhan pajak, namun permasalahannya adalah ketika norma yang berkembang di media sosial justru merupakan norma ketidakpatuhan. Dalam hal ini, persepsi manfaat pajak yang rendah diduga tidak secara langsung mendorong ketidakpatuhan, melainkan terlebih dahulu memunculkan kecemasan sosial berupa FoMO, yang kemudian mendorong individu untuk bertindak tidak patuh sebagai bentuk penyesuaian sosial. Pola hubungan tidak langsung ini sejalan dengan Model *Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution* (I-PACE), yang menjelaskan bahwa disposisi personal seperti persepsi negatif terhadap manfaat pajak memicu perilaku maladaptif melalui jalur psikologis tidak langsung berupa respons afektif, bukan secara langsung (Elsayed, 2025). Dengan demikian, FoMO diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan bagaimana dan mengapa persepsi manfaat pajak yang rendah dapat berujung pada ketidakpatuhan, bukan sekadar sebagai variabel penyebab tambahan yang berdiri sendiri.

Meskipun banyak penelitian telah mengkaji persepsi manfaat pajak terhadap kepatuhan pajak, sebagian besar studi masih berfokus pada hubungan langsung dan konteks konvensional, sehingga kurang menjelaskan mengapa persepsi manfaat yang rendah tidak selalu menghasilkan ketidakpatuhan secara langsung (Adem et al., 2024; Sari et al., 2022). Pada generasi digital, penelitian perilaku perpajakan Milenial dan Gen Z lebih banyak menyoroti pengaruh media sosial secara umum, namun masih jarang yang mengintegrasikan mekanisme psikologis-sosial spesifik seperti *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam konteks narasi viral ketidakpatuhan (Kurnia & Khomsiyah, 2023; Utami et al., 2025). Selain itu, belum ada penelitian yang secara eksplisit menguji FoMO sebagai variabel mediasi yang menjembatani persepsi manfaat pajak dengan ketidakpatuhan pajak, khususnya pada generasi muda di Indonesia khususnya Milenial dan Gen Z di Kota Pontianak yang sangat rentan terhadap pengaruh norma sosial digital dan gerakan viral seperti “Stop Bayar Pajak”.

Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat pajak terhadap ketidakpatuhan pajak generasi muda dengan FoMO sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan memposisikan FoMO sebagai mekanisme mediasi, bukan sekadar variabel tambahan, melainkan menjelaskan bagaimana persepsi manfaat pajak rendah dapat berubah menjadi ketidakpatuhan melalui jalur psikologis tidak langsung yang merupakan pendekatan yang belum diterapkan dalam konteks perpajakan. Model ini diuji pada Milenial dan Gen Z di Kota Pontianak, wilayah yang belum menjadi episentrum gerakan viral penolakan pajak namun tetap terpapar narasinya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur psikologi fiskal di Indonesia, khususnya dalam mengintegrasikan mekanisme psikologis-sosial ke dalam pemahaman perilaku ketidakpatuhan pajak generasi digital. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi otoritas pajak dalam merancang strategi edukasi perpajakan berbasis psikologi sosial yang relevan dengan karakteristik dan kehidupan digital Milenial dan Generasi Z, sehingga generasi muda tidak mudah terpengaruh narasi ketidakpatuhan yang viral di media sosial.

KAJIAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) digunakan untuk memahami perilaku ketidakpatuhan pajak pada Milenial dan Gen Z. TPB sebagai perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan sebelumnya menyatakan bahwa niat individu merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku dengan motivasi sebagai indikasi penentu besarnya tekad untuk melakukan sesuatu. TPB menetapkan tiga determinan konseptual dari niat, yakni: *attitude toward the behavior* (sikap terhadap perilaku), yaitu berupa penilaian seseorang tentang apakah suatu perilaku menguntungkan atau tidak menguntungkan; *subjective norm* (norma subjektif), yaitu tekanan sosial yang dipersepsikan untuk melakukan suatu perilaku; dan *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku), yaitu persepsi tentang apakah suatu perilaku sulit atau mudah untuk dilakukan. Bukti empiris menunjukkan bahwa kombinasi ketiga prediktor ini mampu memprediksi niat (Ajzen, 1991). Dalam konteks penelitian ini, persepsi manfaat pajak selaras dengan komponen *attitude toward the behavior*, dan kemampuan wajib pajak berkaitan dengan *perceived behavioral control*. Adapun FoMO tidak diposisikan sebagai *subjective norm* itu sendiri, melainkan sebagai faktor afektif yang meningkatkan kerentanan individu terhadap tekanan norma sosial (*subjective norm*) yang berkembang di media sosial, sehingga norma ketidakpatuhan yang viral lebih mudah memengaruhi individu dengan tingkat FoMO tinggi. Relevansi TPB dalam konteks perpajakan juga didukung oleh temuan bahwa norma sosial terbukti secara empiris mendorong kepatuhan pajak (Cahyonowati et al., 2023), dan bahwa informasi serta perilaku pihak lain berkontribusi signifikan terhadap keputusan pelaporan pajak individu.

Persepsi Manfaat Pajak

Pajak didefinisikan sebagai pungutan wajib yang dibayarkan oleh masyarakat sebagai bentuk imbalan atas berbagai fasilitas dan pelayanan umum yang diselenggarakan oleh negara (Jamel & Cheisviyanny, 2024). Persepsi manfaat pajak adalah penilaian dari wajib pajak mengenai keuntungan yang mereka terima sebagai imbalan atas pajak yang telah dibayarkan (Tristyawan, 2018). Konsep ini berakar pada *Fiscal Exchange Theory* yang menyatakan bahwa kepatuhan akan meningkat jika pemerintah mampu menyediakan barang dan layanan publik yang diinginkan masyarakat sebagai bentuk timbal balik (Mebratu, 2024; Surugiu et al., 2025). Apabila wajib pajak merasakan manfaat nyata dari pembangunan infrastruktur, fasilitas kesehatan, dan keamanan, maka akan terbentuk pola pikir positif mengenai pentingnya pajak yang mendorong kepatuhan sukarela (Adem et al., 2024; Sari et al., 2022). Sebaliknya, kurangnya manfaat nyata yang dirasakan oleh individu sering kali menjadi penyebab utama munculnya perilaku ketidakpatuhan karena munculnya perasaan diperlakukan tidak adil (Sari et al., 2022).

Fear of Missing Out

Fear of Missing Out (FoMO) dimaknai sebagai kekhawatiran atau kecemasan seseorang terhadap pengalaman berharga yang dirasakan orang lain tanpa kehadirannya, yang ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain (Przybylski et al., 2013). Menurut Przybylski et al., (2013) dan Elsayed, (2025) fenomena FoMO dipandang sebagai konsekuensi dari kebutuhan akan keterikatan (*relatedness*) yang tidak terpenuhi, yang sering kali dipicu oleh perilaku di media sosial. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa seseorang dengan FoMO yang tinggi sering kali mempunyai penilaian moral yang lebih permisif (kurang tegas) terhadap pelanggaran aturan demi mengamankan sumber daya sosial, keuntungan, atau melakukan pelanggaran yang dilakukan oleh orang sekitarnya agar tetap tidak tertinggal dari kelompok sebayanya (McKee et al., 2024). Dengan demikian, FoMO pada dasarnya merupakan kondisi afektif atau kecemasan individu, bukan norma sosial itu sendiri. Kondisi afektif ini yang membuat individu menjadi lebih rentan terhadap pengaruh norma sosial di sekitarnya, karena dorongan untuk menghindari perasaan tertinggal cenderung melemahkan penilaian moral individu terhadap tekanan atau harapan sosial yang berkembang di lingkungannya.

Ketidakpatuhan Pajak

Ketidakpatuhan pajak merupakan kegagalan wajib pajak dalam mencukupi kewajiban perpajakan sesuai dengan aturan yang berlaku, baik secara sengaja maupun tidak sengaja (Rahmadani & Fauzihardani, 2024). Perilaku ini merupakan bentuk penyimpangan kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai aspek, mulai dari faktor material dan ekonomi seperti tarif dan sanksi, hingga faktor psikologis

dan emosional (Prihatiningtias & Karo, 2021). Dalam kerangka *Slippery Slope Framework*, ketidakpatuhan sering kali meningkat ketika kepercayaan terhadap otoritas pajak rendah, yang menyebabkan hilangnya motivasi intrinsik wajib pajak untuk berkontribusi bagi kepentingan kolektif (Supriyati et al., 2024). Bagi generasi muda, ketidakpatuhan juga dapat dipicu oleh kurangnya kesadaran akan fungsi pajak serta rendahnya literasi perpajakan di era modern dengan teknologi yang serba instan (Kurnia & Khomsiyah, 2023).

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Persepsi Manfaat Pajak terhadap Ketidakpatuhan Pajak

Persepsi manfaat pajak merujuk pada penilaian subjektif wajib pajak terhadap timbal balik yang diterima atas kontribusi finansial mereka (Mebratu, 2024; Sari et al., 2022). Kogler et al. (2023) menyatakan bahwa warga negara hanya membayar pajak jika merasa bahwa ini adalah pilihan yang menguntungkan. Ketika individu merasa bahwa pajak dialokasikan secara efektif, mereka cenderung memandang pajak sebagai kontrak sosial yang menguntungkan. Sari et al. (2022) menemukan bahwa manfaat pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan, yang secara inheren berarti menurunkan intensi untuk melakukan ketidakpatuhan. Sebaliknya, berdasarkan *Fiscal Psychology Model*, minimnya manfaat nyata yang dirasakan sering kali memicu perilaku penyimpangan sebagai bentuk penyesuaian atas ketidakadilan distributif yang dirasakan wajib pajak. Temuan tersebut menunjukkan persepsi manfaat pajak yang tinggi tidak hanya mengoptimalkan efektivitas sistem fiskal, melainkan juga secara signifikan meminimalkan angka ketidakpatuhan pajak pada generasi yang kritis terhadap kebijakan pemerintah (Sari et al., 2022).

H1: Persepsi manfaat pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap ketidakpatuhan pajak.

Pengaruh Persepsi Manfaat Pajak terhadap FoMO

Persepsi manfaat pajak juga berkaitan erat dengan kondisi psikologis wajib pajak muda dalam konteks yang lebih spesifik, yaitu kecenderungan mereka untuk mengikuti narasi ketidakpatuhan pajak yang beredar di media sosial demi tidak merasa tertinggal dari kelompok sebayanya (*tax-related* FoMO). Berbeda dari FoMO dalam pengertian umum yang berakar pada kebutuhan keterikatan sosial secara luas (Przybylski et al., 2013), FoMO dalam konteks penelitian ini dimaknai sebagai kecemasan spesifik terhadap ranah perpajakan, yaitu kekhawatiran wajib pajak muda akan tertinggal atau dirugikan dibandingkan rekan sebaya yang mengikuti arus narasi digital untuk menunda atau menolak kewajiban pajak. Perspektif ini selaras dengan temuan Jimenez & Iyer, (2016) yang menyatakan bahwa keputusan kepatuhan pajak individu sangat dipengaruhi oleh persepsi mengenai norma dan perilaku pajak orang lain di lingkungan sosialnya, sehingga ketika norma yang tampak dominan justru berupa ajakan ketidakpatuhan, individu cenderung menyesuaikan sikapnya agar tidak merasa dirugikan sendirian. Dalam penelitian ini, persepsi manfaat pajak yang rendah diduga memperkuat kecenderungan *tax-related* FoMO tersebut. Ketika wajib pajak muda merasa tidak memperoleh timbal balik yang adil dari negara, mereka menjadi lebih rentan menganggap narasi ketidakpatuhan yang viral sebagai pilihan yang wajar dan aman untuk diikuti, karena tidak ada insentif psikologis untuk mempertahankan sikap patuh sendirian di tengah kelompok sebaya yang menyerukan kebalikannya. Sebaliknya, Littman & Russo, (2024) menjelaskan bahwa individu yang merasa inklusif dan mendapatkan nilai nyata dari lingkungan sistemnya cenderung memiliki tingkat kecemasan sosial yang lebih rendah. Jika diterapkan pada konteks perpajakan, hal ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat pajak yang positif dapat bertindak sebagai penyangga emosional yang menekan dorongan *tax-related* FoMO, karena wajib pajak yang merasa telah diperlakukan adil oleh sistem fiskal tidak memiliki alasan psikologis untuk merasa "tertinggal" ataupun perlu ikut arus narasi ketidakpatuhan di ruang digital.

H2: Persepsi manfaat pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap FoMO.

Pengaruh FoMO terhadap Ketidakpatuhan Pajak

FoMO merupakan dorongan afektif yang dapat menurunkan standar penilaian moral dan perilaku seseorang melalui jalur psikologis berjenjang. Jalur ini diawali ketika wajib pajak muda yang memiliki tingkat FoMO tinggi merasa perlu tetap terhubung dan tidak tertinggal dari kelompok sebayanya di ruang digital. Kebutuhan ini kemudian mendorong konformitas terhadap kelompok digital, yaitu kecenderungan individu untuk menyesuaikan sikap dan perilakunya dengan apa yang tampak sebagai perilaku mayoritas dalam kelompok rujukannya di media sosial (McKee et al., 2024).

Ketika narasi ketidakpatuhan pajak seperti seruan "Stop Bayar Pajak" muncul berulang kali dan tampak diterima secara luas oleh kelompok sebaya, konformitas ini bergeser menjadi normalisasi narasi tidak patuh, yaitu ketika individu mulai memandang penundaan atau penghindaran kewajiban pajak bukan lagi sebagai pelanggaran, melainkan sebagai respons yang wajar dan dapat diterima secara sosial. Pada tahap ini, sebagaimana ditemukan [McKee et al. \(2024\)](#), individu dengan FoMO tinggi cenderung memberikan penilaian moral yang lebih permisif terhadap pelanggaran aturan, sehingga ambang batas moral yang sebelumnya menahan niat tidak patuh menjadi melemah. Normalisasi inilah yang pada akhirnya membentuk intensi ketidakpatuhan pajak, di mana dorongan untuk ikut-ikutan agar tidak merasa dirugikan sendirian mengalahkan motivasi intrinsik untuk patuh, terlebih ketika tekanan mempertahankan gaya hidup dan pengakuan sosial turut menyertainya ([Utami et al., 2025](#)). Dengan demikian, jalur ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kecemasan sosial atau FoMO yang dialami wajib pajak, semakin besar peluang mereka merasionalkan ketidakpatuhan pajak demi mengamankan posisi dalam lingkungan sosialnya.

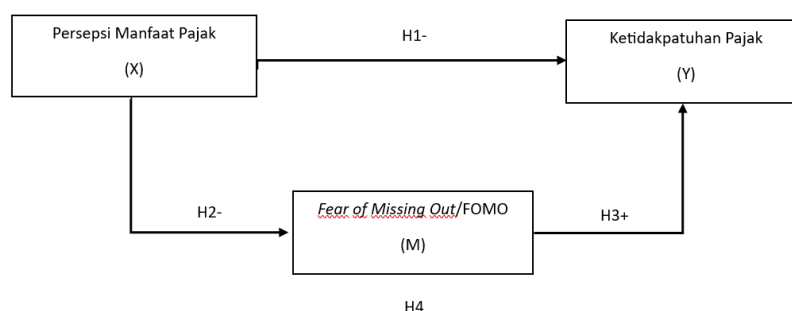
H3: FoMO berpengaruh positif signifikan terhadap ketidakpatuhan pajak.

Peran FoMO dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Manfaat Pajak terhadap Ketidakpatuhan Pajak

Peran FoMO dalam menjembatani pengaruh persepsi manfaat terhadap ketidakpatuhan dapat dijelaskan secara komprehensif melalui Model I-PACE (*Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution*) yang menyatakan bahwa perilaku akhir dihasilkan dari interaksi antara predisposisi personal (persepsi manfaat rendah) dengan respons afektif (FoMO) yang mengaktifkan proses kognitif tertentu ([Elsayed, 2025](#)). [Elsayed, \(2025\)](#) menegaskan bahwa variabel disposisional memicu perilaku maladaptif melalui jalur psikologis tidak langsung. Dalam konteks penelitian ini, ketika wajib pajak merasa tidak mendapatkan timbal balik layanan publik yang memadai, diduga respons emosional berupa FoMO saat melihat narasi negatif di media sosial aktif dan mendorong mereka untuk secara sadar memilih ketidakpatuhan sebagai strategi mengamankan daya saing sosial atau demi menghindari hal yang dianggap merugikan oleh mereka ([Elsayed, 2025](#); [McKee et al., 2024](#)). Dengan demikian, FoMO berfungsi sebagai mediator yang mengubah persepsi negatif atas manfaat pajak menjadi tindakan nyata ketidakpatuhan melalui mekanisme ikut-ikutan narasi dalam media sosial.

H4: FoMO memediasi pengaruh persepsi manfaat pajak terhadap ketidakpatuhan pajak

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Olah Data Peneliti, 2026

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif dengan desain kausal diterapkan dalam penelitian ini. Penelitian dilaksanakan pada 12 April hingga 10 Mei tahun 2026. Penelitian ini menempatkan persepsi manfaat pajak sebagai variabel bebas, dengan variabel mediasi berupa FoMO, sedangkan variabel terikatnya adalah ketidakpatuhan pajak. Penelitian ini menjadikan wajib pajak orang pribadi dari Generasi Milenial (lahir tahun 1981–1996) dan Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) di Kota Pontianak, Kalimantan Barat sebagai populasi penelitian. *Purposive sampling* digunakan untuk mengumpulkan sampel dalam penelitian ini yang memuat kriteria: (1) lahir antara tahun 1981 hingga 2012; (2) memiliki NPWP; (3) memiliki penghasilan; (4) aktif menggunakan minimal satu platform media sosial; dan (5) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Penelitian ini berhasil mengumpulkan 178 responden yang

memenuhi seluruh kriteria tersebut. Jumlah ini telah memenuhi syarat minimum analisis PLS-SEM, di mana berdasarkan *10-times rule* jumlah sampel minimum ditetapkan sebesar 10 kali jumlah jalur terbanyak yang mengarah ke satu konstruk dalam model, sehingga batas minimumnya adalah 30 responden untuk model penelitian ini (Hair et al., 2022).

Data dikumpulkan melalui pemberian kuesioner terstruktur kepada responden melalui tautan *Google Forms* dan disebarkan di platform yang banyak digunakan oleh Generasi Milenial dan Generasi Z seperti Instagram, WhatsApp, dan Telegram. Kuesioner tersebut dibagi menjadi dua bagian, yaitu bagian identitas responden sekaligus pertanyaan penyaring dan bagian pernyataan yang mengukur ketiga variabel penelitian menggunakan skala Likert 1-5. Terdapat 20 item pernyataan untuk kuesioner. Di mana variabel persepsi manfaat pajak diukur dengan 7 item, variabel FoMO diukur dengan 7 item, dan variabel ketidakpatuhan pajak diukur dengan 6 item. Pengukuran variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel utama yang disajikan secara lengkap pada Tabel 1. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4 untuk menganalisis data.

Tabel 1. Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Referensi
Persepsi Manfaat Pajak (X)	Manfaat infrastruktur: Saya merasakan manfaat nyata dari pajak yang telah saya bayarkan melalui tersedianya fasilitas umum dan infrastruktur yang baik di sekitar saya; Pembangunan jalan, jembatan, dan fasilitas publik yang saya nikmati membuat saya merasa bahwa pajak yang telah dibayarkan berguna. Manfaat layanan publik: Pajak yang saya bayarkan berkontribusi pada peningkatan layanan publik seperti kesehatan dan pendidikan yang dapat saya rasakan; Saya merasa subsidi berupa pangan, BBM, dan bantuan sosial yang ada merupakan bukti nyata manfaat dari pembayaran pajak masyarakat. Transparansi pengelolaan: Saya percaya bahwa uang pajak dikelola oleh pemerintah secara transparan dan dikembalikan kepada masyarakat dalam bentuk yang bermanfaat; Saya merasa pemerintah sudah cukup terbuka dalam memperlihatkan penggunaan dana pajak kepada publik. Timbal balik yang dirasakan: Saya merasa manfaat yang saya terima sebagai warga negara sebanding dengan pajak yang telah saya bayarkan.	Dikembangkan dari konsep persepsi manfaat pajak Parengkuan et al. (2021) dan Sari et al. (2022).
<i>Fear of Missing Out</i> / FOMO (M)	Kekhawatiran tertinggal: Ketika melihat unggahan di media sosial yang mempertanyakan manfaat pajak, saya merasa khawatir tertinggal dari pandangan yang sedang berkembang di lingkungan saya; Saya merasa tidak nyaman jika tidak mengetahui narasi atau isu terbaru tentang perpajakan Konformitas sosial: Saya cenderung mengikuti pendapat orang lain di media sosial mengenai pajak; Saya merasa perlu menyesuaikan sikap saya tentang pajak dengan apa yang mayoritas teman-teman saya percayai Keterhubungan digital: Saya merasa perlu terus terhubung dengan apa yang orang lain pikirkan dan lakukan terkait pajak; Saya sering memeriksa media sosial untuk mengetahui pendapat orang lain mengenai pajak Pengaruh narasi di media sosial: Narasi negatif tentang pajak yang saya temukan di media sosial membuat saya mempertanyakan pentingnya membayar pajak.	Diadaptasi dari konsep FoMO Przybylski et al. (2013).
Ketidakpatuhan Pajak (Y)	Penundaan pemenuhan kewajiban perpajakan: Saya pernah menunda pelaporan SPT Tahunan; Saya merasa tidak ada urgensi untuk segera melaporkan pajak selama belum ada sanksi Pelaporan tidak lengkap: Saya pernah tidak melaporkan seluruh penghasilan saya secara lengkap; Saya merasa melaporkan sebagian penghasilan saja sudah cukup memenuhi kewajiban perpajakan saya	Dikembangkan dari konsep ketidakpatuhan pajak Cahyonowati et al. (2023)

Kepatuhan sukarela rendah: Saya merasa kurang termotivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela tanpa adanya tekanan atau sanksi dari otoritas pajak; Jika tidak ada pengawasan dari pihak berwenang, saya mungkin tidak memprioritaskan pemenuhan kewajiban pajak saya.

Sumber: Olah data oleh penulis, 2026

HASIL

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 178 responden, berikut adalah deskripsi karakteristik responden yang ditinjau dari jenis kelamin, generasi, dan usia.

Tabel 2. Deskripsi Profil Responden

	Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	86	48,3%
	Perempuan	92	51,7%
	Total	178	100%
Generasi	Gen Z (1997-2012)	90	50,6%
	Milenial (1981-1996)	88	49,4%
	Total	178	100%
Usia	20-29 Tahun	90	50,6%
	30-44 Tahun	88	49,4%
	Total	178	100%

Sumber: Olah data oleh penulis (2026)

Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen diuji guna memastikan kesesuaian antara setiap indikator dengan variabel latennya. Pengujian ini menggunakan parameter *loading factor*, dengan kriteria standar bahwa nilai $>0,70$ dianggap valid. Akan tetapi, untuk model yang masih dalam tahap pengembangan, nilai sebesar $>0,50$ masih ditoleransi (Abdillah & Hartono, 2015). Visualisasi dari hasil uji *loading factor* ini dapat diperhatikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Outer Loading

	Persepsi Manfaat Pajak (X)	FoMO (M)	Ketidakpatuhan Pajak (Y)
X.1	0,829		
X.2	0,731		
X.3	0,787		
X.4	0,820		
X.5	0,819		
X.6	0,794		
X.7	0,818		
M.1		0,800	
M.2		0,849	
M.3		0,780	
M.4		0,812	
M.5		0,835	
M.6		0,841	
M.7		0,758	
Y.1			0,848
Y.2			0,868
Y.3			0,844
Y.4			0,819
Y.5			0,840
Y.6			0,850

Sumber: Data PLS, 2026

Validitas konvergen juga dapat diuji dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Jika nilai AVE >0.50 maka indikator dianggap telah valid. Nilai AVE dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Persepsi Manfaat Pajak (X)	0,641	Valid
FoMO (M)	0,658	Valid
Ketidakpatuhan Pajak (Y)	0,714	Valid

Sumber: Data PLS, 2026

Uji Validitas Diskriminan

Untuk memastikan bahwa setiap instrumen dari suatu variabel yang berbeda memang benar-benar tidak berkorelasi tinggi satu sama lain uji validitas diskriminan diukur (Abdillah & Hartono, 2015). Dalam pengujian ini, nilai akar kuadrat dari AVE suatu konstruk dibandingkan dengan konstruk-konstruk lain di dalam model. Suatu model dianggap mempunyai validitas diskriminan yang baik jika nilai akar AVE dari suatu konstruk yang diuji lebih besar daripada nilai korelasi dengan konstruk lainnya. Tabel 5 berikut memperlihatkan hasil dari pengujian validitas diskriminan yang sudah valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Diskriminan

Variabel	Fornell Larcker			HTMT		
	X	M	Y	X	M	Y
Persepsi Manfaat Pajak (X)	0,801					
FoMO (M)	-0,192	0,811		0,199		
Ketidakpatuhan Pajak (Y)	-0,120	0,604	0,845	0,125	0,654	

Sumber: Data PLS, 2026

Uji Reliabilitas

Untuk mengukur konsistensi dan keandalan instrumen dilaksanakanlah pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan uji *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Jika nilai *cronbach's alpha*nya di atas 0,60 dan untuk *composite reliability* jika nilainya di atas 0,70, maka pernyataan dianggap reliabel (Abdillah & Hartono, 2015). Nilai *cronbach's alpha* seluruh variabel > 0,60 dan nilai *composite reliability* seluruhnya > 0,70 dalam Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh variabel reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Persepsi Manfaat Pajak (X)	0,911	0,926	Reliabel
FoMO (M)	0,913	0,931	Reliabel
Ketidakpatuhan Pajak (Y)	0,920	0,937	Reliabel

Sumber: Data PLS, 2026

Uji R-square

Uji *inner* model dengan parameter nilai *R-square* (R^2) dilakukan untuk melihat seberapa baik variabel eksogen menjelaskan variabel endogen. Tabel 7 menunjukkan nilai R^2 .

Tabel 7. Nilai R-Square (R^2)

Variabel	R-Square (R^2)	R-square Adjusted
FoMO (M)	0,037	0,031
Ketidakpatuhan Pajak (Y)	0,365	0,358

Sumber: Data PLS, 2026

Berdasarkan Tabel 4, besaran nilai R^2 untuk variabel FoMO adalah sebesar 0,037 yang mengindikasikan bahwa variabel FoMO dapat dijelaskan oleh variabel persepsi manfaat pajak sebesar 3,7% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Untuk ketidakpatuhan pajak, nilai R^2 nya adalah sebesar

0,365, yang berarti variabel ketidakpatuhan pajak dapat dijelaskan sebesar 36,5% oleh variabel persepsi manfaat pajak dan FoMO, sementara selebihnya dijelaskan oleh variabel lainnya.

Uji *F-square* (f^2)

Untuk mengukur pengaruh antar variabel, peneliti melakukan uji *F-square* (f^2). Nilai f^2 diinterpretasikan sesuai kriteria sebagai berikut. Nilai f^2 sebesar 0,02 menunjukkan efek yang lemah, f^2 sebesar 0,15 menunjukkan efek moderat dan f^2 sebesar 0,35 atau lebih menunjukkan efek yang kuat (Haryono, 2016). Nilai *F-square* tersaji dalam Tabel 8.

Tabel 8. Nilai f^2		
	FoMO (M)	Ketidakpatuhan Pajak (Y)
Persepsi Manfaat Pajak (X)	0,038	0,000
FoMO (M)		0,553

Sumber: Data PLS, 2026

Berdasarkan Gambar 4, dapat diketahui bahwa pengaruh persepsi manfaat pajak terhadap FoMO adalah sebesar 0,038, artinya pengaruh atau efeknya lemah. Pengaruh persepsi manfaat pajak terhadap ketidakpatuhan pajak menunjukkan hasil yang lemah pula yaitu sebesar 0,000. Sementara itu, pengaruh FoMO terhadap ketidakpatuhan pajak menunjukkan nilai sebesar 0,553 yang berarti efek FoMO terhadap ketidakpatuhan pajak dianggap kuat.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan memperhatikan *direct effect* dan *indirect effect*. *Direct effect* dapat diketahui melalui nilai *path coefficient* dengan tingkat signifikansi 5%. Jika *path coefficient* menunjukkan nilai positif maka pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogennya searah begitu pula sebaliknya, yaitu jika *path coefficient*nya bernilai negatif, maka pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogennya berlawanan arah. Ada tidaknya pengaruh signifikan dari variabel eksogen terhadap variabel endogen baik itu *direct effect* maupun *indirect effect* ditentukan oleh *p-value*. Apabila *p-value* < 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan. Jika pengaruh tidak langsungnya signifikan, artinya variabel mediator berperan dalam menjembatani hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil pengujian dapat diketahui melalui Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis					
	Konstruk	<i>Original Sample</i>	<i>T-statistic</i>	<i>P-Value</i>	Keterangan
H1	Persepsi Manfaat Pajak → Ketidakpatuhan pajak	-0,004	0,051	0,960	Ditolak
H2	Persepsi Manfaat Pajak → FoMO	-0,192	2,095	0,036	Diterima
H3	FoMO → Ketidakpatuhan pajak	0,604	9,953	0,000	Diterima
H4	Persepsi Manfaat Pajak → FoMO → Ketidakpatuhan pajak	-0,116	1,991	0,047	Diterima

Sumber: Data PLS (2026)

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi Manfaat Pajak terhadap Ketidakpatuhan Pajak

Berdasarkan analisis data, persepsi manfaat pajak berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap ketidakpatuhan pajak pada Milenial dan Gen Z. Meskipun penelitian terdahulu menyatakan bahwa persepsi manfaat pajak dan persepsi tentang bagaimana pemerintah menggunakan uang pajak, berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak (Adem et al., 2024; Sari et al., 2022), penelitian ini menemukan hasil yang berbeda. Temuan ini mengindikasikan bahwa penilaian kognitif wajib pajak

muda terhadap manfaat pajak tidak secara otomatis diterjemahkan menjadi tindakan ketidakpatuhan, melainkan terlebih dahulu diproses melalui respons afektif tertentu sebelum memengaruhi perilaku aktual. Penjelasan ini sejalan dengan Model I-PACE (Elsayed, 2025) yang menyatakan bahwa disposisi personal seperti persepsi manfaat rendah baru berdampak pada perilaku setelah memicu respons afektif yang mengaktifkan proses kognitif lebih lanjut, bukan secara langsung. Pola serupa ditemukan Ciziceno (2024) pada 64 negara di mana moral pajak Gen Z lebih dibentuk oleh gender, pendidikan, dan religiositas, bukan kepercayaan institusi yang menunjukkan pola psikologis generasi digital yang memang berbeda. Sebaliknya, Nadirov & Dehning (2023) menemukan pengaruh langsung yang signifikan antara persepsi ketidakadilan distributif dan kepercayaan fiskal. Perbedaan ini kemungkinan karena cakupan usia yang lebih luas pada studi tersebut, sementara penelitian ini spesifik pada generasi yang perilakunya lebih dipengaruhi dinamika media sosial. Hasil penelitian ini senada dengan penelitian Karlinah et al. (2024) yang menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti pengetahuan kognitif dan pemahaman perpajakan tidak selalu menjadi pendorong utama kepatuhan material secara langsung. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun Milenial dan Gen Z memiliki persepsi tertentu terkait manfaat pajak, kesadaran tersebut tidak cukup kuat untuk secara otomatis menghilangkan atau memunculkan niat untuk melakukan ketidakpatuhan pajak jika tidak diiringi dengan faktor internal lainnya (Supriyati et al., 2024). Secara praktis, ini berarti kampanye transparansi anggaran semata tidak cukup untuk menekan ketidakpatuhan generasi muda, karena jalur pengaruhnya bersifat tidak langsung. Secara teoretis, temuan ini menolak asumsi hubungan langsung sederhana pada Fiscal Exchange Theory, namun tetap konsisten dengan TPB, yang memandang attitude sebagai satu dari tiga determinan niat, bukan penentu tunggal (Ajzen, 1991).

Pengaruh Persepsi Manfaat Pajak terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO)

Persepsi manfaat pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap FoMO yang menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat pajak yang dirasakan, maka tingkat kecemasan sosial atau FoMO akan cenderung menurun. Hasil ini mendukung argumen bahwa pemenuhan kebutuhan psikologis dasar (*sense of belonging dan fairness*) dapat berfungsi sebagai *buffer* terhadap kecemasan sosial di media (Littman & Russo, 2024; Przybylski et al., 2013). Ketika wajib pajak muda merasa mendapatkan timbal balik yang adil dari sistem perpajakan, mereka cenderung merasa lebih terintegrasi dengan masyarakat luas, sehingga mengurangi dorongan untuk terus memantau dan membandingkan diri dengan narasi orang lain di media sosial. Temuan ini juga sejalan dengan riset Faradisty et al. (2026) yang menemukan bahwa tekanan sosial dari komunitas digital memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap kepatuhan sukarela dibandingkan pengawasan formal otoritas pajak. Ini memperkuat dugaan bahwa dimensi afektif-sosial, bukan semata dimensi kognitif-ekonomi, adalah jalur utama yang relevan untuk generasi digital. Penelitian ini menyiratkan bahwa pemerintah perlu memperlakukan kecemasan sosial digital sebagai target intervensi tersendiri, terpisah dari upaya penguatan manfaat pajak secara ekonomis semata, misalnya dengan menghadirkan bukti manfaat pajak yang membangun rasa keterlibatan komunitas (*sense of belonging*), bukan sekadar laporan realisasi anggaran yang bersifat informatif satu arah. Secara teoretis, hasil ini mendukung prinsip dasar Model I-PACE (Elsayed, 2025) yang menempatkan persepsi atau disposisi personal sebagai pemicu respons afektif, serta konsisten dengan teori kebutuhan psikologis dasar yang mendasari konsep FoMO (Przybylski et al., 2013).

Pengaruh FoMO terhadap Ketidakpatuhan Pajak

FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketidakpatuhan pajak yang berarti semakin tinggi FoMO yang dialami Milenial dan Gen Z, maka semakin besar pula kemungkinan mereka melakukan tindakan tidak patuh pajak. Meskipun penelitian yang menghubungkan FoMO dengan ketidakpatuhan pajak masih terbatas, temuan ini senada dengan temuan Puspitasari et al. (2025) dan Sari et al. (2026) yang menyatakan bahwa faktor psikologis seperti nilai moral, keyakinan bahwa membayar pajak bermanfaat serta motivasi intrinsik memengaruhi niat patuh pajak. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan temuan McKee et al. (2024) yang menjelaskan bahwa seseorang dengan tingkat FoMO tinggi sering kali memiliki penilaian moral yang lebih permisif terhadap pelanggaran aturan demi menjaga atau mengamankan sumber daya sosial mereka, yang pada akhirnya dapat mendorong mereka untuk merasionalisasi tindakan ketidakpatuhan pajak sebagai upaya mengamankan keuangan untuk hal-hal yang lebih berguna menurutnya termasuk demi kebutuhan sosial mereka. Dalam konteks generasi digital, FoMO dapat memperkuat konformitas terhadap norma kelompok yang terbentuk di media sosial, termasuk narasi-narasi negatif tentang perpajakan. Pola ini juga ditemukan pada studi

Faradisty et al. (2026) mengenai kerentanan Gen Z terhadap tekanan komunitas digital dibandingkan otoritas formal. Penelitian ini mengukur FoMO sebagai konstruk umum yang salah satu indikatornya mencakup pengaruh narasi media sosial (Tabel 1), namun tidak menguji intensitas paparan tersebut sebagai variabel tersendiri. Namun, hasil ini perlu dibaca kritis mengingat temuan Batrancea et al. (2023) pada mahasiswa dan wirausaha Polandia bahwa kekuatan otoritas pajak tetap menjadi determinan penekan ketidakpatuhan yang signifikan dalam *Slippery Slope Framework* yang menunjukkan FoMO mungkin bukan jalur dominan di semua konteks populasi. Meski demikian, karena FoMO terbukti kuat pada generasi digital, otoritas pajak perlu memasukkan strategi komunikasi psikologi sosial digital, bukan hanya penegakan hukum, ke dalam kebijakan kepatuhan. Temuan ini mendukung perluasan *Slippery Slope Framework* dengan menambahkan dimensi tekanan sosial digital di luar *trust-power* klasik (Faradisty et al., 2026; Kogler et al., 2023).

Peran FoMO sebagai Mediator

FoMO mampu memediasi pengaruh persepsi manfaat pajak terhadap ketidakpatuhan pajak secara signifikan, yang berarti manfaat pajak tidak secara langsung menekan ketidakpatuhan, melainkan bekerja melalui mekanisme psikologis berupa perilaku mudah terpengaruh dan mengikuti arus atau mengikuti kebanyakan orang (FoMO). Fakta ini memperkuat urgensi pendekatan psikologi fiskal dalam memahami kepatuhan dan ketidakpatuhan pajak. Temuan ini mendukung model perilaku di mana karakteristik pribadi yang dalam hal ini berupa persepsi manfaat berinteraksi dengan tindakan emosional berupa FoMO untuk membentuk perilaku akhir (Elsayed, 2025). Ketika wajib pajak muda merasa tidak mendapat manfaat setimpal, muncul perasaan "takut rugi" atau ingin ikut-ikutan yang mendorong ketidakpatuhan. Pola mediasi penuh ini konsisten dengan Cahyonowati et al. (2023), yang menemukan bahwa norma sosial menjelaskan kepatuhan lebih kuat dibanding ancaman audit/denda. Dalam penelitian ini, FoMO menjadi mekanisme afektif yang membuat individu semakin rentan terpengaruh oleh norma sosial digital yang berkembang, sehingga tekanan norma ketidakpatuhan yang viral di media sosial dapat berujung pada perilaku nyata melalui jalur psikologis ini. Karena FoMO terbukti menjadi jalur penuh, bukan sebagian, antara persepsi manfaat pajak dan ketidakpatuhan, intervensi yang hanya menyasar peningkatan persepsi manfaat, misalnya transparansi anggaran semata berpotensi kurang efektif tanpa disertai penanganan aspek psikologis-sosial. KPP Pratama dan otoritas pajak daerah perlu merancang program dua sisi, yaitu memperkuat manfaat pajak secara nyata sekaligus membangun narasi tandingan berbasis komunitas digital. Secara keseluruhan, penelitian ini mendukung Model I-PACE sebagai kerangka penjelas perilaku ketidakpatuhan generasi digital, memperluas *Slippery Slope Framework* dengan dimensi afektif- sosial, namun menolak asumsi hubungan langsung sederhana *Fiscal Exchange Theory*.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat pajak tidak berpengaruh langsung terhadap ketidakpatuhan pajak pada Milenial dan Generasi Z di Kota Pontianak, melainkan bekerja melalui FoMO sebagai mediator penuh di mana persepsi manfaat pajak yang rendah meningkatkan FoMO, dan FoMO inilah yang mendorong ketidakpatuhan, sehingga perilaku ketidakpatuhan generasi digital lebih dibentuk oleh mekanisme afektif-sosial dibandingkan penilaian kognitif semata. Temuan ini memperkuat relevansi Model I-PACE dan memperluas *Slippery Slope Framework* dengan dimensi tekanan sosial digital, serta memberi dasar bagi Direktorat Jenderal Pajak dan KPP Pratama untuk merancang edukasi pajak yang menyentuh aspek emosional dan sosial, tidak hanya pengetahuan aturan. Penelitian ini terbatas pada satu kota dengan desain *cross-sectional* dan hanya menguji FoMO sebagai satu-satunya jalur psikologis, sehingga generalisasi temuan dan kemungkinan mekanisme lain masih perlu dikaji lebih lanjut.

SARAN

Saran Praktis

Direktorat Jenderal Pajak dan KPP Pratama Kota Pontianak disarankan memperkuat program edukasi pajak yang sudah berjalan dengan menambahkan pendekatan afektif-sosial, misalnya melalui testimoni nyata manfaat pajak dari komunitas atau figur yang relevan bagi Milenial dan Gen Z, sebagai pelengkap laporan realisasi anggaran yang bersifat informatif satu arah. KPP Pratama Pontianak juga disarankan menyiapkan mekanisme respons cepat berupa konten kontra-narasi ketika tren

ketidakpatuhan viral serupa "Stop Bayar Pajak" muncul di Kalimantan Barat, serta membuka kanal partisipasi wajib pajak muda untuk membangun rasa keterlibatan yang dapat menekan FoMO.

Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel psikologis-sosial lain di luar persepsi manfaat pajak yang berpotensi membentuk FoMO, seperti moral pajak, hedonisme, atau kepercayaan kepada pemerintah, serta dapat pula menguji intensitas paparan narasi media sosial sebagai variabel terpisah dari konstruk FoMO untuk memperjelas perannya. Desain longitudinal juga disarankan untuk menangkap perubahan sikap kepatuhan seiring naik-turunnya tren viral perpajakan. Penelitian dengan model serupa juga dapat dilakukan di daerah lain yang menunjukkan indikasi keterpaparan terhadap narasi ketidakpatuhan pajak di media sosial, guna memperkaya pemahaman mengenai peran FoMO pada konteks wilayah yang berbeda.

REFERENSI

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*.
- Adem, M., Desta, T., & Girma, B. (2024). Determinants of Tax Compliance Behavior: A Case Study in Ethiopia. *SAGE*, 14(4), 1–15. <https://doi.org/10.1177/21582440241292869>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Asmarani, N. G. C. (2026, February 19). *Ada Gerakan Setop Bayar Pajak, Pemda Diminta Perhatikan Kondisi Rakyat*. DDTC News. <https://news.ddtc.co.id/berita/daerah/1817449/ada-gerakan-setop-bayar-pajak-pemda-diminta-perhatikan-kondisi-rakyat>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Realisasi Pendapatan Negara (Milyar Rupiah), 2025*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTA3MCMY/realisasi-pendapatan-negara--milyar-rupiah-.html>
- Batrancea, L. M., Kudła, J., Błaszczak, B., & Kopyt, M. (2023). A dataset on declared tax evasion attitudes of students and entrepreneurs from Poland under the slippery slope framework. *Data in Brief*, 48, 109183. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109183>
- 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), 1–11. <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>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2024). *Manfaat Pajak untuk Program Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat*. Direktorat Jenderal Pajak. <https://www.pajak.go.id/id/artikel/manfaat-pajak-untuk-program-pembangunan-dan-kesejahteraan-masyarakat>
- Elsayed, H. A. E. (2025). Fear of Missing Out and its Impact: Exploring Relationships with Social Media Use, Psychological Well-being, and Academic Performance among University Students. *Frontiers in Psychology*, 16, 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1582572>
- Faradisty, A., Ramaiyanti, S., Humairoh, F., & Aprilina Tarigan, M. (2026). Pengawasan Digital dan Sosial Media Tax Shaming dalam Membentuk Kepatuhan Pajak Sukarela. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 16(1), 23–33. <https://doi.org/10.37859/jae.v16i1.11453>
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREK PLS*. PT Intermedia Personalia Utama.
- Hermanto, A. H., Windasari, N. A., & Aprianingsih, A. (2022). Strategies to Improve Taxpayers' Compliance of Indonesian Micro SMEs_Prisma Approach. *Journal of Treasury State Finance and Public Policies*, 7(2), 101–114. <https://doi.org/10.33105/itrev.v7i2.421>
- Jamel, M. F., & Cheisviyanny, C. (2024). Pengaruh Kepercayaan pada Pemerintah dan Persepsi Keadilan Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak. *JURNAL EKSPLORASI AKUNTANSI*, 6(3), 913–931. <https://doi.org/10.24036/jea.v6i3.1505>

- Jimenez, P., & Iyer, G. S. (2016). Tax compliance in a social setting: The influence of social norms, trust in government, and perceived fairness on taxpayer compliance. *Advances in Accounting*, 34, 17–26. <https://doi.org/10.1016/J.ADIAC.2016.07.001>
- Karlinah, Lady, Sugondo, L. Y., & Laurentya, V. (2024). Kesadaran Pajak sebagai Mediasi dalam Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Owner*, 8(3), 2235–2249. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2296>
- Kogler, C., Olsen, J., Kirchler, E., Batrancea, L. M., & Nichita, A. (2023). Perceptions of Trust and Power are Associated with Tax Compliance: A Cross-cultural Study. *Economic and Political Studies*, 11(3), 365–381. <https://doi.org/10.1080/20954816.2022.2130501>
- Kompas.com. (2026). *Seruan “Stop Bayar Pajak” Viral, Gubernur Jateng Didesak Evaluasi Aturan Pajak Kendaraan.* Kompas.Com. <https://regional.kompas.com/read/2026/02/16/091636278/seruan-stop-bayar-pajak-viral-gubernur-jateng-didesak-evaluasi-aturan-pajak>
- Kurnia, E., & Khomsiyah, K. (2023). Understanding Gen Z Tax Compliance Behaviour. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 25(2), 351–366. <https://doi.org/10.34208/jba.v25i2.2181>
- Littman-Ovadia, H., & Russo-Netzer, P. (2024). Exploring the Lived Experience and Coping Strategies of Fear of Missing Out (FoMO) among Emerging Adults. *Current Psychology*, 43(42), 32665–32685. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06793-w>
- Mareta, R. (2026, July 4). *Viral, Warga Lampung Serukan Setop Bayar Pajak, Uangnya untuk Bangun Jalan.* Kompas.Com. <https://video.kompas.com/watch/1940534/viral-warga-lampung-serukan-setop-bayar-pajak-uangnya-untuk-bangun-jalan>
- McKee, P. C., Senthilnathan, I., Budnick, C. J., Bind, M. A., Antonios, I., & Sinnott-Armstrong, W. (2024). Fear of Missing Out’s (FoMO) Relationship with Moral Judgment and Behavior. *PLoS ONE*, 19(11 November), 1–27. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0312724>
- Mebratu, A. A. (2024). Theoretical Foundations of Voluntary Tax Compliance: Evidence From a Developing Country. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02903-y>
- Millah, S., Saddam, M., & Parmuji. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Hidayatullah Depok). *Jurnal Pajak & Bisnis*, 4(2), 242–251.
- Mustika, I. G., Nurfauziah, T., & Yunita, K. (2023). Determinan Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Penerapan E-Filling Terhadap Kepatuhan WP Orang Pribadi. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 12(2), 148. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v12i2.66836>
- 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>
- Nurhayati, Maksum, A., Siregar, N. B., & Nasution, F. N. (2025). Determinant Factor of Individual Taxpayer Compliance in Indonesia: Integrates of TPB Theory and Social Identity Theory. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(11), 595. <https://doi.org/10.3390/jrfm18110595>
- Parengkuan, A., Ilat, V., & Warongan, J. D. . (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Moral-Etika Pajak, dan Pengetahuan tentang Perpajakan terhadap Perilaku Manado, Tax Avoidance terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing “GOODWILL,”* 12(2), 342–353. <https://doi.org/10.35800/jjs.v12i2.36571>
- Pasolo, M. R., Ermawati, Y., Sonjaya, Y., & Sumartono, S. (2023). Towards Optimal Taxes: Impact of Tax Extensification and Intensification on Individual Income Tax Receipts. *Advances in Taxation Research*, 1(2), 94–104. <https://doi.org/10.60079/atr.v1i2.104>
- Pratiwi, I. E. (2026). *Warga Jateng Serukan “Stop Bayar Pajak” karena Opsen PKB, Pejabat: Selepas 2026 Akan Terbiasa.* Kompas.Com. <https://www.kompas.com/jawa-tengah/read/2026/02/13/111500788/warga-jateng-serukan-stop-bayar-pajak-karena-opsen-pkb-pejabat->
- Prihastuti, A. H., Sukri, S. Al, & Kusumastuti, R. (2023). Pengaruh Kebijakan PP Nomor 55 Tahun 2022 dan Kepercayaan kepada Pemerintah terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Pajak & Bisnis*, 4(1), 56–63. <https://doi.org/10.55336/jpb.v4i1.76>

- Prihatiningtias, Y. W., & Karo Karo, G. N. P. (2021). The income tax compliance of social media influencers during COVID-19 pandemic: An exploratory study. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2), 137–163. <https://doi.org/10.31106/jema.v18i2.12789>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Purwanto, A. (2025, September 11). *Mengapa "Stop Bayar Pajak" dan Desakan Reformasi Fiskal Mencuat di Publik?* Kompas.Id. <https://www.kompas.id/artikel/mengapa-stop-bayar-pajak-dan-desakan-reformasi-fiskal-mencuat-di-publik>
- Puspitasari, I., Kurniawan, F., Daffa Abrar, M., Sevta Humairoh, A., Ekonomi dan Bisnis, F., Pamulang, U., & Selatan, T. (2025). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Tax Morale terhadap Niat Patuh Pajak pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(3), 2828–6898. <https://doi.org/10.56127/jekma.v4i3.239>
- Rahayu, K. Y. (2026, February). *Seruan "Stop Bayar Pajak" dan Revolusi Rakyat di Banyak Negara*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/artikel/stop-bayar-pajak-dan-revolusi-rakyat-di-banyak-negara>
- Rahmadani, M., & Fauzihardani, E. (2024). Analisis Perbedaan Tingkat Pemahaman Pajak dan Moral Pajak pada Generasi Milenial dan Generasi Z Indonesia. *JURNAL EKSPLORASI AKUNTANSI*, 6(2), 551–564. <https://doi.org/10.24036/jea.v6i2.1538>
- Romli, R. (2026, July 7). *Warga Lampung Serukan Stop Bayar Pajak, Dananya Untuk Perbaiki Jalan - Info Indonesia*. InfoIndonesia.Id. <https://www.infoindonesia.id/info-daerah/96117344939/warga-lampung-serukan-stop-bayar-pajak-dananya-untuk-perbaiki-jalan>
- Sari, E. P., Gunawan, Y., & Elvina, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan kepada Pemerintah, Kebijakan Insentif dan Manfaat Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 712–732. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2269>
- Sari, H. G. I., Karlinah, Lady, & Jonathan, R. (2026). Pengetahuan Tak Cukup: Peran Moral Pajak dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Millennial. *Jurnal Bina Akuntansi*, 13(1). <https://doi.org/10.52859/jba.v13i1.854>
- Suaramuda.net. (2026, February 18). *Viral "Stop Bayar Pajak" di Jateng, Warganet Geram: Pajak Naik, Jalan Masih Bolong?* Suaramuda.Net. <https://suaramuda.net/2026/02/18/viral-stop-bayar-pajak-di-jateng-warganet-geram-pajak-naik-jalan-masih-bolong/>
- Supriyati, Hapsari, I., & Nahumury, J. (2024). The Influence of Trust in the Government, Perceived Fairness, and Tax Morale on Taxpayer Compliance: Implications for Budget Formation. *Public and Municipal Finance*, 13(2), 129–139. [https://doi.org/10.21511/pmf.13\(2\).2024.11](https://doi.org/10.21511/pmf.13(2).2024.11)
- Surugiu, M. R., Vasile, V., Surugiu, C., Mazilescu, C. R., Panait, M. C., & Bunduchi, E. (2025). Tax Compliance Pattern Analysis: A Survey-Based Approach. *International Journal of Financial Studies*, 13(1), 1–19. <https://doi.org/10.3390/ijfs13010014>
- Tempo.co. (2026, February 19). *Kata Aria Bima Soal Seruan Stop Bayar Pajak di Jateng*. Tempo.Co. <https://www.tempo.co/politik/kata-aria-bima-soal-seruan-stop-bayar-pajak-di-jateng-2116217>
- Tribunjateng. (2026, February 12). *Viral Gerakan Stop Bayar Pajak Kendaraan di Jateng, Warga Sebut Opsi PKB Pemicunta*. <https://www.instagram.com/reel/DUp3afrc5R>
- Tristiyawan, W. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Kepada Pemerintah, Norma Sosial dan Kecerdasan Spritual Terhadap Motivasi Membayar di KPP Makassar Utara*. Tesis Maksi UMI.
- Ummami, K., Zirman, Z., & Hariyani, E. (2015). Pengaruh Manfaat yang Dirasakan Wajib Pajak, Kepercayaan terhadap Aparat Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Penghasilan Wajib Pajak terhadap Kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (Npwp) (Studi Empiris pada Pengusaha UMKM di Kota Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 2(2). <https://www.neliti.com/publications/34102/pengaruh-manfaat-yang-dirasakan-wajib-pajak-kepercayaan-terhadap-aparat-pajak-so>
- Utami, R. T., Tjaraka, H., & Rahmiati, A. (2025). The Influence of Digitalization of the Tax System, Social Media, and Hedonism Culture on Tax Compliance. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(2), 3903–3916. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i2.6055>
- Wibowo, A. S., Nurlaela, S., & Chomsatu, Y. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Owner*, 6(2), 1304–1317. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.681>