

DAFTAR PUSTAKA

- Balqis, Adinda. 2020. Pengaruh Kesadaran Pajak, *Subjective norm* dan Media Sosial Terhadap Kepatuhan wajib Pajak Pengguna Media Sosial. Seminar Nasional Akuntansi (Sena) III Universitas Pamulang.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNU/article/view/7708/5002>
- Putri, Adinia. 2023. Pengaruh Media Sosialisasi Pajak Berbasis Sosial Media Dan *Subjective Norm* Dalam Pemenuhan Kewajiban Perpajakan Dimoderasi Dengan *Cost Compliance* (Studi Pada Followers Akun Instagram @ditjenpajakRI). *Jurnal Pajak Vokasi*, Vol. 4, No. 2, 13-23.
<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUPASI/article/view/2404>
- Hama, Aloisius. 2021. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Pajak, Dan Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Transaksi *E-Commerce* Di Surabaya (*The Effect of Taxpayer Awareness, Knowledge of Tax Regulations, and Tax Education on Tax Payment Compliance With E-Commerce Transactions*). *Jurnal Islamic Science, Culture, and Social Studies*, Vol. 1, No. 2.
<https://journal.ascarya.or.id/index.php/iscs/article/view/87>
- Mahendra, Andre. 2022. Pengaruh Komunikasi Persuasif Guru Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas X Smkn 1 Sumbar Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial* Vol. 2, No. 1.
<https://www.jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/download/134/106>
- Mongkau, Angga. 2017. Strategi Komunikasi Sales Dalam Memasarkan Mobil Bekas Di Kota Manado (Studi Pada Showroom Mobil Bekas Di Wilayah Kecamatan Malalayang Kota Manado). e-journal "Acta Diurna" Vol. VI, No. 2.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/16195>
- Setyaningsih, Ayu. 2021. Pengaruh Perlakuan Pajak Terhadap Penghasilan Selebriti Instagram Dari Hasil Endorsement (Studi Selebriti Instagram di Kota Yogyakarta & Jawa Tengah). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, Vol. 4, No. 2.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/JAKK/article/view/7737>
- Wardhani, Celintara. 2020. Pengaruh Penerapan E-Filing terhadap Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak dengan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Perpajakan, Manajemen, Akuntansi*, Vol. 12, No. 2.

<https://e-journal.unmuhkupang.ac.id/index.php/ja/article/download/156/120>

Cnbcindonesia.com. 2023. Instagram Down, 10 Warga Negara ini jadi gak bisa eksis.

<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230522072058-128-439276/instagram-down-10-warga-negara-ini-jadi-gak-bisa-eksis#:~:text=Berdasarkan%20data%20tersebut%2C%20pada%20awal,yakni%2089%2C15%20juta%20pengguna> diakses pada tanggal 28 Juli 2023

Claria, Dewa Ayu Kadek. 2020. Metode Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Masyarakat Di Desa Kesiman Kertalangu Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Linguistic Community Service*, Vol. 1, No. 1.

<https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/licosjournal/article/download/2281/1954/>

Dinkominfo.demakkab.go.id. 2023. Sebesar 16,7 Miliar Tunggakan Kendaraan Bermotor di Kabupaten Demak.

<https://dinkominfo.demakkab.go.id/berita/detail/sebesar-167-miliar-tunggakan-kendaraan-bermotor-di-kabupaten-demak> diakses pada tanggal 28 Juli 2023

Yuliarti, Dwi Arini. 2022. Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi Dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta. *Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam* Vol. 2, No. 1.

<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/virtu/article/view/25505>

Halim, Donny. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Sikap Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wpop Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang Barat). *Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang*.

http://eprints.dinus.ac.id/8686/1/jurnal_13202.pdf

Effendy, Uchjana, Onong. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Syadat, Fahrul Anwar. 2022. Analisis Efektivitas Edukasi Perpajakan bagi Generasi Milenial melalui Media Sosial Instagram dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak (Studi Kasus di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat II). *Jurnal Reformasi*, Vol. 9, No. 1, 70-81.

<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/reformasi/article/view/2998/1432>

- Nida, Fatma Laili Khoirun. 2014. Persuasi dalam Media Komunikasi Massa. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2.
<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/502/490>
- Salfara, Fungsi Faidya. 2023. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Haylabs Hijab. Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 9, No. 1.
<https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/download/552/2486>
- Palguna, I Gusti Bagus. 2023. Pengaruh Aplikasi M-Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan *Tax Compliance Cost* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Orang Pribadi Yang Terdaftar Di Kpp Pratama Singaraja. Jurnal Riset Akuntansi, Vol. 12, No. 2.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJAKUN/article/view/61195/27118>
- Aryani, Indita Dewi. 2022. Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia, Vol. 2, No. 2.
<https://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrabi/article/view/479/331>
- Katadata.co.id. 2023. Pengguna Internet di Indonesia tembus 213 juta orang hingga awal 2023.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,juta%20orang%20per%20Januari%202023> diakses pada tanggal 28 Juli 2023
- M, Nadjib, Meladia. Penggunaan hashtag (#)akun twitter direktorat jenderal pajak dalam upaya membangun kesadaran membayar pajak. Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin.
<https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/5321/2873>
- Pratama, Nikolaus Christmas Ananda. 2022. Tinjauan Prosedur Operasional Media Sosial Direktorat Jenderal Pajak Dalam Rangka Edukasi Perpajakan. Jurnal Pajak Indonesia, Vol. 6, No. 2S, 472-482.
<https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JPI/article/download/1856/994>
- Anjani, Nuri Ayu. 2020. Pengaruh Terpaan Akun Instagram @Visitbogor Dan Unggahan Foto Wisata Alam Terhadap Minat Berkunjung Followers

(Studi Empiris Minat Berkunjung Di Wisata Alam Kota Bogor). Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi Vol. 1, No. 1.

<https://ojs2.polimedia.ac.id/index.php/mediasi/article/download/399/262>

Ariesandrio, Reza Aditya. 2018. Pengaruh Pesan dalam Media Sosial Terhadap Sikap Wajib Pajak dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ditjenpajakri). Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Perpajakan Universitas Brawijaya Malang.

<http://repository.ub.ac.id/162168/1/Reza%20Aditya%20Ariesandrio.pdf>

Sugiyono. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

