

DAFTAR PUSTAKA

Bersumber dari Buku, Jurnal, Website:

- Abrar, A. N. (2005). *Terampil Menulis Proposal Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Afriana, Lomagio. (2019). Studi Perilaku Wajib Pajak UMKM Di Kabupaten Gorontalo Utara. *Jurnal Ekonomi Islam Al Buhuts*, Vol. 15 Nomor 1, Juni 2019.
- Akase, C., Saputra. (2022). Penggunaan Media Sosial Dalam Penyampaian Informasi Covid-19 Oleh Pemerintah Provinsi Gorontalo. *Jurnal Syntax Admiration*, Vol. 3 No. 5 Mei 2022.
- Alhabash, S., & McAlister, A. R. (2015). Redefining virality in less broad strokes: Predicting viral behavioral intentions from motivations and uses of Facebook and Twitter. *New Media and Society*, 17(8), 1317–1339. <https://doi.org/10.1177/1461444814523726>
- Alwi, M, Dahlan. (2008). *Manusia Komunikasi, Komunikasi Manusia*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Aprianita, Dian., & Hidayat Dasrun. (2020). Analisis Pesan Kampanye #Dirumahaja di Tengah Pandemi Covid-19. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol.4 No.2 Tahun 2020.
- Ariel, Y., & Avidar, R. (2015). Information, Interactivity, and Social Media. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 19–30. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972404>
- Arini, Aprillia, D., Trie, Damayanti., Aat, Ruchiat, N. (2019). Kampanye #Thinkbeforeyoushare Oleh Organisasi Do Something Indonesia Untuk Mengubah Perilaku Generasi Milenial. *Journal of Communication Studies*. Vol 4 No 1 Maret 2019.

- Assael, Henry. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action 6th Edition*. New York: South Western College Publishing.
- Baran, J. Stanley & Dennis K. Davis. (2000). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Bertens, K. (1993). *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bonsón, E., & Ratkai, M. (2013). A Set of Metrics to Assess Stakeholder Engagement and Social Legitimacy on a Corporate Facebook Page. *Online Information Review*, 37(5), 787–803. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2012-0054>
- BPS. (2022). Proporsi Individu yang Menggunakan Internet Menurut Provinsi. <https://www.bps.go.id/indicator/27/1225/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html> (diakses tanggal 3 September 2022).
- Budiarti, R. E.T., Rosyidi, Imron., Astuti, Dyah, Rahmi. (2020). Kampanye Public Relations Online Melalui Media Sosial Instagram @Lesswasteshift. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, Volume 3, Nomor 4, 2020, 349-368.
- C, Indrawan, C. A., Bramantijo, & S, R. P. (2013). Perancangan Kampanye Sosial Tentang Penggunaan Lajur Bersepeda di Kota Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, Universitas Kristen Petra. 1(2)
- Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Cho, M., Schweickart, T., & Haase, A. (2014). Public Engagement with Nonprofit Organizations on Facebook. *Public Relations Review*, 40(3), 565–567. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.01.008>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif*,

- Kuantitatif, dan Campuran* (4th, Terje ed). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dilla, Asyffa, Nauma., & Candraningrum, Diah, Ayu. (2019). Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks oleh Komunitas Mafindo Jakarta. *Koneksi Vol. 3, No. 1*, Juli 2019, Hal 199-206. DOI: 10.15575/reputation.v3i4.2137
- Ferguson, Sherry Devereaux. (1999). *Communication Planning: An Integrated Approach*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Gregory, Anne. (2010). *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach (PR in Practice)*. United Kingdom: Kogan Page.
- Grunig, James E, Hunt, Todd T. (1984). *Managing Public Relations*. United States of America: Harcourt Brace Javanovich College Publisher.
- Gudykunst, William B. (2002). "Intercultural Communication Theories" Dalam William B. Gudykunst & Bella Mody (eds). Handbook of International and Intercultural Communication. 2nd Ed. Sage Publications. California.
- Huotari, Ulkuniemi, Saraniemi, Malaska. (2015). Analysis of Content Creation in Social Media by B2B Companies. *Jurnal. Firlandia: Oulu Business School*, University of Oulu. hlm. 372
- Immanuel, Joel & Natalia, Chris, El. (2021). Strategi kampanye Alzheimer Indonesia #janganmaklumdenganpikun dalam membangun kesadaran akan isu demensia. *Profesi Humas*, Volume 6, No. 1, 2021, hlm. 67-88.
- Infopublik. (2022). Pemprov Gorontalo Apresiasi Realisasi Pajak 2021 capai 110,79%. Diakses Dari <https://infopublik.id/kategori/nusantara/639221/pemprov->

gorontalo-apresiasi-realisisi-pajak-2021-capai-110-79-persen.

Diakses tanggal 15 Juli tahun 2022 pukul 10.05 WIB

Irwansyah. (2011). *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Puskombis Universitas Mercu Buana.

Izzati, A. N., Pratama, N., Aristamy, I., Najwa, N. F., & Rakhmawati, N. A. (2018). Kategorisasi Jenis Interaksi Pemerintah Dan Masyarakat Serta Popularitas Media Sosial Pemerintah Daerah. *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)*, 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.21609/jsi.v14i1.567>

Katadata. (2021). Ini Provinsi Dengan Keamanan Digital Terbaik Pada 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/ini-provinsi-dengan-keamanan-digital-terbaik-pada-2021> (diakses tanggal 3 September 2022).

Kim, M, Carolyn. (2016). *Social Media Campaigns: Strategies for Public Relations and Marketing*. London & New York: Routledge.

Kotler, Philip and Eduardo L. Roberto. (1989). *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*. New York, Free Press.

Larson, Charles U. (1992). *Persuasion, Reception and Responsibility*. California: Wardsworth Publishing Company.

Lister, Martin. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge.

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika

Luttrell, Regina. (2015). *Social Media: How to Engage, Share and Connect*. London Rowman & Littlefield Publishers.

McCay-Peet, L., & Quan-Haase, A. (2016). A model of social media engagement: user profiles, gratifications, and experiences.

Information & Media Studies. doi: 10.1007/978-3-319-27446-1_9

Mueller, Daniel J. (1986). *Measuring Social Attitude*. New York: Teachers College-Columbia University.

Mulyana, Deddy. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nadzir, M. M. (2019). *Proposed e-government 2.0 Engagement Model based on Social Media Use in Government Agencies*. 16–19.

Nimmo, Dan. (2011). *Komunikasi Politik - Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Ostergaard, Leon. (2002). Effective Campaign Assessment: How to Learn from Your Failures. dalam Hans-Dieter Klingemann & Andrea Roemmele (eds.) *Public Information Campaign & Opinion Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Perloff, Richard M. (1993). *The Dynamics of Persuasion*. New Jersey: L. Erlbaum Associates.

Pfau, Michael & Roxanne Parrot. (1993). *Persuasive Communication Campaign*. Massachusetts: Allyn and Bacon.

Pongpaew, W., Speece, M., & Tiangsoongnern, L. (2017). Social Presence and Customer Brand Engagement on Facebook Brand Pages. *Journal of Product and Brand Management*, 26(3), 262–281. <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2015-0956>

Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding social media*. Denmark: Ventus Publishing.

Venus, Antar. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekata Media.

- Venus, Antar. (2018). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (Fifth). United States of America: SAGE Publications.

Bersumber dari Peraturan Pemerintah:

- Keputusan Direktur Jenderal Pajak. (2013). Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-273/PJ/2013 tentang Pengelolaan Akun Direktorat Jenderal Pajak di Jejaring Media Sosial. Jakarta.
- Keputusan Direktur Jenderal Pajak. (2015). Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-03/PJ.09/2015 tentang Tim Pengelola Akun Resmi Media Sosial. Jakarta.
- Keputusan Direktur Jenderal Pajak. (2019). Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-701/PJ/2019 tentang Pengelolaan Jejaring Sosial Direktorat Jenderal Pajak Dalam Rangka Edukasi dan Kehumasan, pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan jejaring sosial Direktorat Jenderal Pajak pada KPP. Jakarta.
- Keputusan Direktur Jenderal Pajak. (2020). Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-389/PJ/2020 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Direktorat Jenderal Pajak tahun 2020 – 2024. Jakarta.
- Keputusan Direktur Jenderal Pajak. (2022). Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-261/PJ/2022 tentang Hasil Penilaian Kantor Pelayanan Terbaik Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2022. Jakarta.
- Peraturan Direktur Jenderal Pajak. (2021). Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor Per-12/PJ/2021 Tentang Edukasi Perpajakan. Jakarta.

Peraturan Menteri Keuangan. (2015). Peraturan Menteri Keuangan Nomor PMK-234/PMK.01/2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Keuangan. Jakarta.

Peraturan Menteri Keuangan. (2020). Peraturan Menteri Keuangan Nomor PMK-184 /PMK.01/2020 tentang Perubahan atas PMK-210/PMK.01/2017 tentang Organisasi dan Tata kerja Instansi Vertikal Direktorat Jenderal Pajak. Jakarta.

Peraturan Menteri Keuangan. (2021). Peraturan Menteri Keuangan Nomor PMK-196/PMK.03/2021 Tentang Tata Cara Pelaksanaan Program Pengungkapan Sukarela Wajib Pajak. Jakarta.

Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia. (2011). Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah. Jakarta.

Republik Indonesia. (2012). Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Jakarta.

Republik Indonesia. (2021). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Jakarta.

Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak. (2012). Surat Edaran nomor SE-41/PJ/2012 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Kegiatan Kehumasan Direktorat Jenderal Pajak

Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak. (2017). Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-17/PJ/2017 tentang Pedoman Komunikasi di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak. Jakarta.

Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak. (2020). Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-13/PJ/2020 tentang Panduan Pelaksanaan Tugas Selama Masa Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak. Jakarta.