

- Anggraini, F. (2010). *Analisis Implementasi Kebijakan Pembentukan Account Representative dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Wajib Pajak*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Indonesia: Depok
- Astari, C. Hartina, R. Awalia, R. Irianti, H. dan Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Fakultas Sastra Universitas Muslim Indonesia*. Vol. 1 No.1. hal. 1-8
- Avianto, G. Rahayu, S. & Kaniskha, B. (2016). Analisa Peranan E-filing Dalam Rangka Meningkatkan Kepatuhan Pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Perpajakan*. Vol. 9 No. 1. Hal. 1-8
- Barker, M., Barker, D., Bormann, N. & Neher, K. (2008). *Social media marketing: A strategic approach*. South-Western Cengage Learning. Mason.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, S. M. (2011). *Effective public relations: Pathways to public favor*. Jakarta: Kencana
- Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (2011). *Introduction: The discipline and practice of qualitative research. The Sage handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Dewi, M. dan Hadiwijaya, M. (2016). Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang dalam Kampanye Program Palembang EMAS (Elok, Madani, Aman, Sejahtera). *Jurnal Komunikasi*. Vol. 10 No. 2. hal. 117-132.
- Dhifa, N. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: Cita Intrans Selaras.
- Errika, D. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *The Messenger*. Vol. III No. 1. Hal. 64-79
- Guba, E. (1990). *The Paradigm Dialog*. Sage Publications Inc.
- Guba, E., & Lincoln, Y. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2(163-194), 105.
- Friedmann, J. (1987). *Planning in The Public Domain*. Oxford: Princeton University Press.
- Hallahan, K. Holtzhausen, D. van Ruler, B. Vercic, D & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*. Vol. 1 No. 1. hal. 3-35
- Handley, A, and C.C. Chapman. (2011). *Content Rules: How to Create Killer Blogs, Podcasts, Videos, E-books, Webinars (and More) That Engage Customers and Ignite Your Business*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Herryanto, M. & Toly, A. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Pajak terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan di KPP Pratama Surabaya Sawahan. *Tax & Accounting Review*. Vol. 1 No. 1 hal. 125-134



- Holtzhausen, D., Zerfass, A. (2011). The Status of Strategic Communication Practice in 48 Countries. *International Journal of Strategic Communication*. Vol 5. No. 2. hal. 71-73
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana.
- Macnamara, J. & Zerfass, A. (2013). Social Media Communication in Organizations: The Challenges of Balancing Openness, Strategy, and Management. *International Journal of Strategic Communication*. Vol. 6, 287-308.
- Miles, M., & Huberman, A. (1992). *Analisis data kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Paramitha, I. Drajat, M. & Yuningsih, A. (2015). Perencanaan Komunikasi Bank Mandiri Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan. *Hubungan Masyarakat*. Vol. 2 hal. 8-13
- Patterson, S. & Radtke, J. (2009). *Strategic Communication for Nonprofit Organizations: Seven Steps to Creating a Successful Plan*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Peter L. Berger & Thomas, L. (1990). *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan* Jakarta : LP3ES
- Romi, K. (2017). Strategi Komunikasi Kantor Pajak Pratama Pekanbaru Tampan dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak di Pekanbaru melalui Sistem Layanan Pajak Online E-Billing. *Jom FISIP*. Vol 4 No. 2. hal. 1-12.
- Safko, L. & Brake, D. (2009). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Setiadi, H. (2014). *Teori Perencanaan*. In: *Dasar-dasar Teori Perencanaan*. Universitas Terbuka, Jakarta, hal. 1-47. ISBN 9789790117815
- Soemitro, R. (1990). *Asas dan Dasar Perpajakan*. Bandung: Eresco
- Sutaryo. (2004). *Dasar-Dasar Sosialisasi*, Jakarta: Rajawali Press.
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Verhoeven, P. Zerfass, A. & Tench, R. (2011). Strategic Orientation of Communication Professionals in Europe. *International Journal of Strategic Communication*. Vol. 5 No. 2. hal. 95-117.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2011). *Concepts in strategic management and business policy*. Pearson Education India.
- Widjajanto, K. (2013). *Perencanaan Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Ultimius.
- Wulandari, S. & Mahyuzar. (2019). Strategi Komunikasi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Aceh dalam Mensosialisasikan Informasi Wajib Pajak Kepada Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*. Vol. 3 No. 4. hal. 1-15.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research: Design and Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage

Sumber Internet:

- Aningtiyas, D. (2019). *Media Sosial DJP, Santai tapi Ngena*. Diakses dari website <https://www.pajak.go.id/id/artikel/media-sosial-djp-santai-tetapi-ngena>
- Humas. (2019). *Kanwil DJP Banten Gelar Media Gathering Akhir Tahun 2019*. Diakses dari website <https://www.pajak.go.id/id/siaran-pers/kanwil-djp-banten-gelar-media-gathering-akhir-tahun-2019>
- Humas. (2018). *Laporan Tahunan 2018 Direktorat Jenderal Pajak*. Diakses dari website <https://pajak.go.id/sites/default/files/2019-11/Laporan%20Tahunan%20DJP%202018%20-%20bahasa%20Indonesia.pdf>
- Humas. (2019). *Laporan Tahunan 2019 Direktorat Jenderal Pajak*. Diakses dari website <https://pajak.go.id/sites/default/files/2020-12/Laporan%20Tahunan%20DJP%202019%20-%20INDONESIA.pdf>
- Humas. (2020). *Visi dan Misi Direktorat Jenderal Pajak*. Diakses dari website <https://www.pajak.go.id/id/visi-dan-misi>
- Iskandar, H. (2017). *Rekayasa Kepatuhan Pajak Melalui Media Sosial*. Diakses dari website <https://www.pajak.go.id/id/artikel/rekayasa-kepatuhan-pajak-melalui-media-sosial>
- Kemenkeu. (2016). *Salinan Peraturan Direktur Jenderal Pajak No. Per-01/PJ/2016 Tentang Tata Cara Penerimaan dan Pengolahan Surat Pemberitahuan Tahunan*. Diakses dari website https://www.pajak.go.id/sites/default/files/2019-03/PER%20-%2001.PJ_.2016.pdf
- Kemenkeu. (2017). *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210 / PMK/ 0.1 /2017 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Direktorat Jenderal Pajak*. Diakses dari website <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2017/210~PMK.01~2017Per.pdf>
- Kemenkeu. (2018). *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 9/ PMK. 03/ 2018 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan No. 243/ PMK. 03/ 2014 Tentang Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT)*. Diakses dari website <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2018/9~PMK.03~2018Per.pdf>
- Nagoro, M. (2020). *Media Sosial dan Pajak*. Diakses dari website <https://www.pajak.go.id/id/artikel/media-sosial-dan-pajak> [OnlinePajak. \(2016\). SPT: Surat Pemberitahuan Tahunan. Diakses dari website https://www.online-pajak.com/seputar-efiling/spt-surat-pemberitahuan](https://www.online-pajak.com/seputar-efiling/spt-surat-pemberitahuan)



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PERENCANAAN MEDIA SOSIAL DALAM SOSIALISASI PAJAK (Studi Kasus pada Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia dalam Perencanaan Media Sosial untuk Menyampaikan Informasi tentang Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) pada Tahun 2020)

BAGAS SAKTI D, Dr. Rajiyem, S.I.P., M.Si

Riana, B. (2019). *Peringatan Hari Pajak, Kanwil DjP Bali adakan Bali Tax Food Festival*.
Universitas Gadjah Mada. Diunduh dari <http://ejournal.ugm.ac.id>

Diakses dari website <https://www.pajak.go.id/id/siaran-pers/peringati-hari-pajak-kanwil-djp-bali-adakan-bali-tax-food-festival>