

DAFTAR PUSTAKA

- Ahlgren, M. (2022, Februari 1). *Research: Instagram Statistics*. Diambil kembali dari [www.websiterating.com: https://www.websiterating.com/id/research/instagram-statistics/#references](https://www.websiterating.com/id/research/instagram-statistics/#references)
- Angesti, N. D., Wahyuni, M. A., & Yasa, I. P. (2018). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak UMKM atas Pemberlakuan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Perpajakan. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 65-74.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, B. (2001). Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif. *Surabaya: Airlangga University Press* (hal. 128). Surabaya: Universitas Airlangga.
- Danial, & Warsiah. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: UPI.
- Fitriya. (2021, Oktober 22). [www.klikpajak.id](https://klikpajak.id/blog/pajak-penghasilan-jenis-pph-objek-subjek-tarif-perhitungan/#Apa_itu_PPh_Jenis_PPh_Subjek_PPh_Objek_Pajak_Penghasilan_adalah). Diambil kembali dari [klikpajak.id: https://klikpajak.id/blog/pajak-penghasilan-jenis-pph-objek-subjek-tarif-perhitungan/#Apa_itu_PPh_Jenis_PPh_Subjek_PPh_Objek_Pajak_Penghasilan_adalah](https://klikpajak.id/blog/pajak-penghasilan-jenis-pph-objek-subjek-tarif-perhitungan/#Apa_itu_PPh_Jenis_PPh_Subjek_PPh_Objek_Pajak_Penghasilan_adalah)
- Instagram. (t.thn.). *Instagram Features*. Diambil kembali dari [help.instagram.com: https://help.instagram.com/](https://help.instagram.com/)
- Kementerian Keuangan. (2015). Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto.
- Kementerian Keuangan. (2016). Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-16/PJ/2016 tentang Pedoman Teknis Tata Cara Pemotongan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Penghasilan 21 dan/atau Pajak Penghasilan 26 sehubungan dengan Pekerjaan, Jasa, dan Kegiatan Orang Pribadi.
- Kemp, S. (2022, Februari 15). *Reports: Digital 2022 Indonesia*. Diambil kembali dari [datareportal.com: https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia](https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia)
- Krisnawati, E. (2016, Desember). Mempertanyakan Privasi di Era Selebgram: Masih Adakah? *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13, 178-200. Dipetik Desember 9, 2021
- Kurniawan, D. (2022, Maret 24). Pengawasan Kepatuhan Kewajiban Pajak WP Selebgram. (A. W. Putra, Pewawancara)

- Kusnandar, V. B. (2021, Oktober 14). *datapublish*. Diambil kembali dari [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia](https://databoks.katadata.co.id/databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia)
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi/Volume 16, No.01*, 151-160.
- Maya, P. K. (t.thn.). *Paket: Endorse*. Diambil kembali dari [https://sociabuzz.com: https://sociabuzz.com/paket/endorse](https://sociabuzz.com/paket/endorse)
- Muhadjir, N. (2000). Metodologi Penelitian Kualitatif. Dalam N. Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (hal. 6). Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Novitasari, I. (2020). Selebgram dikenakan Pajak? *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 54-68.
- Nurayni, V., Nurhajati, & Wahono, B. (2022). Pengaruh Jasa Paid Promote Dan Content Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Bromel Nyoklat). *e – Jurnal Riset Manajemen*, 33-44.
- Oktapyani, N. A., & Purwani, S. P. (2018). Tinjauan Yuridis Pengenaan Pajak Penghasilan terhadap Kegiatan Endorsement dalam Media Sosial. *E-Journal Universitas Udayana*, 2-3.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2018). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2020). Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Undang Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Undang-Undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.
- Priambudi, R. (2022, Maret 13). *www.inews.id/techno/internet*. Diambil kembali dari [www.inews.id: https://www.inews.id/techno/internet/cara-mendapatkan-centang-biru-di-instagram#:~:text=Centang%20biru%20di%20Instagram%20menandakan, suatu%20penghargaan%20dari%20pihak%20Instagram](https://www.inews.id/techno/internet/cara-mendapatkan-centang-biru-di-instagram#:~:text=Centang%20biru%20di%20Instagram%20menandakan, suatu%20penghargaan%20dari%20pihak%20Instagram).

- Putri, R. D. (2018, Februari 19). *Home/Ekonomi/*. Diambil kembali dari <https://tirto.id:https://tirto.id/menghitung-pajak-youtuber-dan-selebgram-cESF>
- Rizaty, A. M. (2021, Agustus 3). *datapublish*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id:databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa#:~:text=Di%20Indonesia%2C%20jumlah%20pengguna%20Instagram,tahun%20yaitu%2036%2C4%25>.
- Rizeki, D. (2022, January 12). *majoo.id/Solusi/Fitur*. Diambil kembali dari <https://majoo.id:solusi/detail/cara-menjadi-selebgram#:~:text=Selebgram%20adalah%20sebutan%20yang%20identik,aplikasi%20tersebut%20dengan%20berbagai%20alasan>.
- Roria, S., & Sari, W. K. (2020). Tinjauan Pengenaan Pajak atas Aktivitas Endorsement oleh Selebgram di Indonesia. *SIKAP*, 122-136.
- Saputro, A., & Sugiharto, S. (2018). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador dalam Membentuk Brand Identity sebagai Variabel Intervensi terhadap Purchase Intention pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-8.
- Sugiharto, B. A. (2016, Oktober 13). *www.cnnindonesia.com*. Diambil kembali dari <https://www.cnnindonesia.com:teknologi/20161013101938-185-165228/ditjen-pajak-bentuk-tim-kejar-potensi-rp156-t-dari-selebgram> Informasi:
- Tjia, E. (2020). *Aspek Hukum Pajak Penghasilan Profesi Youtuber dan Selebgram Media Sosial di Indonesia*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Wijaya , S., & Mahatma, E. A. (2017). Analisa Upaya Peningkatan Penerimaan Perpajakan dari Penggalan Potensi Pajak atas Penghasilan Youtuber. *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*, 125-130.