

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty Titania, Manfaat Pasta Gigi Sasha, <https://wiki.karinov.co.id/manfaat-pasta-gigi-sasha/>. diakses pada tanggal 9 Maret 2021.
- Adisty Titania, Manfaat Pasta Gigi Shasa, <http://wiki.karinov.co.id/mamfaat-pasta-gigi-shasa/>. diakses pada tanggal 8 Maret 2021
- Afdholy Nadia, Perilaku Konsumsi Masyarakat Urban Pada Produk Kopi Ala Starbucks, Vol 3, No 3, 2019.
- Azwar Muhammad” Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. Vol. 2. No.1. 2014.
- Baudrillard Jean, *Masyarakat Konsumsi*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2010.
- Baudrillard, *Jean Symbolic Exchange and Death*, London: Sage, 1993.
- Bekti Indra Setia, Nirzalin, Alwi, Konsumerisme dalam perspektif Jean Baudrillard, Volume 13, Nomor 2, Desember 2019.
- Benny H. Hoed, *Semiotika dan Dinamika Sosial Budaya, Terjemah Haryatmoko*, Jakarta: Fakultas Ilmu Prnetahuan Budaya, 2008.
- Bungin Burhan, *Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Media Groub, 2007.
- Bungin Burhan. “Imaji Media Massa”, Yogyakarta: Jendela, 2001.
- Chulsum Umi, Windy Novia, “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*”, Cetakan I. Effendy Onong Uchjana, “*Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*”, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997.
- <http://indahnyakomunikasi.wordpress.com/komunikasi/filsafatilmukomunikasi/jean-baudrillard-heperrealitas-dan-simulacra/di>. Diaksestanggal26April2021
- Fitria Herlinda, *Hiperealitas Dalam Sosial Media*, Vol45, No2, 2015.
- Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Heryanto Ariel, Postmodernisme: Yang Mana? Tentang Kritik dan Kebingungan Dalam Debat Postmodernisme di Indonesia, Jakarta: *Jurnal Kebudayaan Kalam Edisi 1*.
- Haryono Cosman Gatot, *Kepalsuan dalam hidup Hiperrealitas dalam iklan*, Vol 12, No 2, Oktober 2019.
- Hidayat Medhy Aginta t, *Menggugat Modernisme: Mengenali Rentang Pemikiran Haryono Cosmas Gatot, Kepalsual Hidup Dalam Realitas Iklan*, Vol 12, No 22, 2018.

- Ismiati Nanik, *Slogan dan Tagline Senjata Pamungkas Iklan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000. Islam Raja Cahya, *Simulacra Sebagai Kritik Atas Modernisme*, Vol 2. No 1. 2017.
- Jauhari Minan. *Media Sosial: Hiperrealitas dan simulacra perkembangan masyarakat zaman now dalam pemikiran Jean Baudrillard*, Vol 20. No 1. Mei 2017. Kasali Rhenald, “Manajemen Periklanan”, Jakarta: Pustaka Grafiti, 1995.
- Kellner Douglas, *Baudrillard Terjemah, Cambridge: Blackwell, 1994. Lechte, John Fifty Key Contemporary Thinkers, From Structuralism to Postmodernism Terj.*, London: Routledge, 1994.
- Lilis Setyaningsih, Ini Yang Dilakukan PT. Kino Indonesia Mengenalkan Pasta Gigi Sasha, <https://wartakota.tribunnews.com/amp/2018/05/19ini-yang-dilakukanpt.kino-indonesia-mengenalkan-pasta-gigi-halal-sasha>. diakses 9 Maret 2021
- Lilis Setyaningsih, Ini Yang Dilakukan PT. Kino Indonesia Mengenalkan Pasta Gigi Sasha, <https://wartakota.tribunnews.com/amp/2018/05/19ini-yang-dilakukanpt.kino-indonesia-mengenalkan-pasta-gigi-halal-sasha> Morrisian, “Periklanan, Komunikasi Pasar Terpadu”, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010. diakses 9 Maret 2021
- Moleong Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet ke-6, Bandung, Remaja Rosydarkarya, 2009.
- Mujibburahman, “*Sentilan Kosmopolitan*”, Jakarta :Kompas, 2013.
- Nuradi, dkk, *Kamus Istilah Periklanan Indonesia, Edisi pertama*, Jakarta: PT.Gramedia Putaka Utama, 1996.
- Philip, Kotler, “*Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*”, Jilid Ke-2. Jakarta: Prenhallindo, 2001.
- Piliang, Yasraf Amir, “*Hipersimiotika, Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*”, Yogyakarta: Jalasutra, 2003.
- Piliang, Yasraf Amir, “*Sebuah Dunia yang Dilipat : Realitas Kebudayaan Menjelang Melenium Ketiga dan Matinya Postmoderisme*”, Bandung: Mizan, 1998.
- Piliang, Yasraf Amir, “*Sebuah Dunia yang Dilipat : Realitas Kebudayaan Menjelang Melenium Ketiga dan Matinya Postmoderisme*”, Bandung, mizan cet, III, 1999.
- Piliang Yasraf Amir, *Dunia yang dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kehidupan*, Yogyakarta:Jalasutra, 2006.

- Piliang, Yasraf Amir *Dunia yang dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kehidupan*, Yogyakarta:Jalasutra, 2006.
- Poerwadarminta, “*Kamus Umum Bahasa Indonesia* “, Jakarta,Departemen Pendidikan Nasional, 2010. Piliang Yasraf Amir, *Hipersimiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, Bandung: Jalasutra, 1999.
- Postmodernisme Jean Baudrillard, Yogyakarta: Jalasutra, 2017. Ismiati, Nanik *Slogan dan Tagline Senjata Pamungkas Iklan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Ritzer George dan Douglas J. *Teori Sosiologi Modern*, Jakarta: Prenada Media, 2004. <http://kuliahkomunikasi.blogspot.com/2021/23/defenisi-iklan-efek-iklan-korporat.html>.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta. 2017.
- Setiawan Johan, *Pemikiran Postmodernisme Dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan*, Vol 28. No 1. 2018. SaumantrTheguh i dan Abdu Zikrillah ,*Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* , Volume 11, No. 2, Desember 2020.
- Sobat Musem, *Moslem Lifestyle*,<https://moslemlifestyle.com/id/article/launching-sasha.html>.diakses pada tanggal 25 September 2019
- Tim Penyusun Fakultas Ushuluddin, “*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*”,Banjarmasin: Fakultas Ushuluddin Dan Humaniora Iain Antasari, 2015.
- Suyanto Bagong, “*Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modenisme*”,Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- The Codes Of Adverising; Fetishism and Political Economy Of Meaning in the Consumer Cociety*, London, Routledge,1987.
- Virza Rika Rusli, *Pancasila Dalam Iklan Televisi*, Vol 7. No 1. April 2014. Wikipedia, <https://Id.M.Wikipedia.Org>. Di Akses Pada 16 Maret 2021.
- <https://www.viva.co.id/siapa/read/390-shireen-sungkar>.,di akses pada tanggal 01 Juni 2021
- Yusuf Lubis Akhyar,. *Postmodernisme Teori dan Metode*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2016