

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Baudrillard, Jean. (1994). *Simulacra and Simulation* (Sheila Faria Glazer, Penerjemah). Michigan: The University of Michigan Press.
- Burton, Graeme. (2006). *Media and Society: Critical Perspective*. New Delhi: Rawat Publication
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Denith dan Simon. (2000), *Parody*. London: Routledge.
- Fiske, J. (2004), *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Griffin, Emmory. (2012). *Communication Theory, a First look at, 8th eds*. New York, USA: McGraw Hill
- Hidayat, Medhy Aginta. (2012). *Menggugat Modernisme: Mengenal Rentang Pemikiran Postmodernisme Jean Baudrillard*. Yogyakarta: Jalasutra
- Hoed, Benny. (2011), *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.
- Kotler, Phillip, dan Keller. (2009). *Marketing Management: The Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Moleong, Lexy. (2017), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. (2015), *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Piliang, Amir Yasraf. (2010). *Semiotika dan Hipersemiotika*. Edisi 4. Bandung: Matahari

- Sobur, Alex. (2013), *Semiotika Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tinarbuko, Sumbo. (2007). *Semiotika Iklan Sosial*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tuk, W. (2013). *The Korean Wave: who are behind the success of Korean Pop Culture*.
Leiden: Leiden University.

Jurnal:

- Aditia, Reko. *Konstruksi Makan Kebebasan Wanita Pada Iklan Tri (3) di Televisi dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Riau*. Vol. 3, No. 2, Oktober 2016 Hal 1-16
- Ardia, Velda. *Drama Korea dan Budaya Populer dalam Jurnal Komunikasi*. Vol. 2, No. 2, Mei-Agustus 2014 Hal 12-18
- Ayu, Aulia Suminar. *Parodi Iklan, Meningkatkan Brand Awareness Melalui Olokan dalam Jurnal Interaksi*. Vol. 5, No. 1, Januari 2016 Hal 16-23
- Azizurahman dan Hadi Purnama. *Representasi Narsisme Dalam Iklan Sprite (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Iklan Youtube Sprite Versi Kenyataan Gak Seindah Sosmed Selebriti - #OOTD)* dalam E-Proceeding of Management. Vol. 4, No. 3, Desember 2017 Hal 3330-3344
- Everlin, Shierly. *Perspektif Semiotik dan Budaya Populer di Parodi Film Kolosal Iklan Indoeskrim: (Kisah Legenda Nusantara)* dalam Jurnal Itenas Rekrupa, Vol. 5 No. 1, 2018 Hal 39-53.
- Fitria, Herlinda. *Hiperrealitas Dalam Social Media Studi Kasus: Makan Cantik di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan* dalam Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi, Vol. 45, No. 2, Desember 2015 Hal 87-100

Lou, Y. S., dan Wang, L. S. M. *The Parody Attack Ad Influences the Ad effect: Investigating the Moderating Effect of Need for Humor and Anti-Commercial Consumer Rebellion* dalam *Asian Journal of Business and Management*. Vol. 3, No. 1, 2015 Hal 11-23.

M. Maulana Istiglal Rachim, dkk. dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian Universitas Garut* Vol. 4, No. 2, 2018 Hal 23-32

M. Zemi Azhari. *Analisis Semiotika Makna Pesan Moral Dalam Iklan Sampoerna Versi Orang Pemimpi di Televisi* dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 2, No. 3 2014 Hal 150-164

Pondaag, Agitha Fregina. *Analisis Semiotika Iklan A Mild Go Ahead Versi Dorong Bangunan di Televisi* dalam *Journal Acta Diurna* Vol. 1, No. 1 2013

Shim, Doobo. *Hibridity and Ther Rise of Korean Popular Culture in Asia* dalam *Media Culture and Society*, Vol. 28 No. 1, 2006. Hal 25-44.

Artikel/Internet:

<https://www.coca-colacompany.com/videos/iklan-sprite-kenyataan-gak-kayak-drama-korea-ytrcyggp3deik> (31/01/2019)

<https://tirto.id/indonesia-pasar-menggiurkan-bagi-bisnis-budaya-pop-korea-dgq9> (31/01/2019)

<https://kumparan.com/@kumparank-pop/hallyu-wave-sebagai-medium-bisnis-di-indonesia-1545473018579232855> (31/01/2019)

<https://brandcampaign.net/2017/08/30/awas-hypnotic-pattern-dalam-iklan-sprite/> (09/02/2019)

<https://news.detik.com/kolom/d-3880620/hallyu-dan-keberpihakan-kaum-muda> (22/02/2019)

<https://pakarkomunikasi.com/teori-semiotika-charles-sanders-peirce> (26/05/2019)

<https://startfriday.co.id/intip-strategi-campaign-iklan-sprite-nobokis/> (19/06/2019)

<http://archive.citrapariwara.org/penghargaan/2016/integrated?id=389> (19/06/2019)

<https://snapshot.numerator.com/brand/sprite> (17/08/2019)

<https://nationalgeographic.grid.id/read/13278766/arti-lelaki-sejati?page=all> (17/08/2019)