

Judul:

Hiperrealitas iklan menurut baudrillard dan penangkalan efek negatifnya melalui literasi media = Hyperreality in advertisement according to baudrillard and deterrence of its negative effects through media literacy

Pengarang/Penulis:

Mecca Yumna Ning Prisie, author

Subjek:

Reality; Virtual reality; Advertising;

Nomor Panggil:

MK-Pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

- [Deskripsi Bibliografi](#)
- [Abstrak](#)
- [Dokumen Yang Mirip](#)
- [Universitas Indonesia Library](#)