

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
MOTTO.....	iv
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
1. Permasalahan.....	1
2. Rumusan Masalah .....	5
3. Keaslian Penelitian.....	5
4. Manfaat Penelitian .....	7
B. Tujuan Penelitian.....	8
C. Tinjauan Pustaka .....	8
D. Landasan Teori .....	11
E. Metode Penelitian.....	17
F. Hasil yang dicapai .....	20
G. Sistematika Penulisan .....	20
<b>BAB II TEORI MASYARAKAT KONSUMTIF JEAN BAUDRILLARD ...</b>	<b>24</b>
A. Biografi dan Karya Jean Baudrillard.....	24
B. Tokoh yang Memengaruhi Pemikiran Jean Baudrillard.....	28
1. Roland Barthes .....	29
2. Marshall McLuhan.....	29
3. Karl Marx .....	30
C. Konsep Masyarakat Konsumtif Jean Baudrillard .....	31
1. Tanda dan Simbol.....	33
2. Simulakra dan Hiperialitas .....	37
3. Masyarakat Konsumtif .....	40

<b>BAB III PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU</b>	
<b><i>IMPULSIVE BUYING</i> GEN-Z.....</b>	<b>46</b>
A. <i>Impulsive Buying</i> .....	46
1. Pengertian <i>Impulsive Buying</i> .....	46
2. Dimensi <i>Impulsive Buying</i> .....	48
B. Dampak <i>Impulsive Buying</i> pada Generasi Z .....	51
C. Dampak Media Sosial bagi Generasi Z.....	54
<b>BAB IV ANALISIS <i>IMPULSIVE BUYING</i> DI MEDIA SOSIAL DITINJAU</b>	
<b>TEORI MASYARAKAT KONSUMTIF JEAN BAUDRILLARD.....</b>	<b>58</b>
A. Tanda dan Simbol dalam Media Sosial .....	58
B. Simulakra dan Hiperrealitas di Media Sosial .....	64
C. Generasi Z sebagai Masyarakat Konsumtif dalam Media Sosial.....	67
D. <i>Impulsive Buying</i> pada Gen Z: Konsekuensi menguatnya Simulakra ..	73
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>