

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, A. S. (2009). *Mukjizat Doa dan Air Mata Ibu*. Qultum Media.
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbosa Rekatama Media.
- Astuti, Y. D. (2016). MEDIA DAN GENDER (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 27. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i2.1205>
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 103.
- Danesi, M. (2010). *Pesan Tanda dan Makna : Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Jalasutra.
- Daworis, A. T., Wahyuningrum, A. D., & Dewi, I. A. (2021). Hubungan Antara Perilaku Ibu Tentang Pemberian Susu Formula Dengan Status Gizi Balita Usia 6-24 Bulan. *Media Husada Journal of Nursing Sciences*, 2(3), 107.
- Febriyanti, D., Ramdhani, M., & Lubis, F. M. (2019). Representasi peran Ibu dalam film Ibu Maafkan Aku. *ProTVF*, 3(1), 108. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v4i1.24193>
- Gintings, A. (2008). *Esensi Praktis Belajar & Pembelajaran*. Humaniora.
- Hartley, J. (2010). *Communication, Culture, and Media Studies: Konsep Kunci*. Jalasutra.
- Ida, N., Nugraheni, S. A., & Kartini, A. (2015). Faktor determinan pemberian susu formula pada bayi usia 0-6 bulan (studi pada ibu bayi usia 7-12 bulan di wilayah Puskesmas Kabupaten Demak). *Manajemen Kesehatan Indonesia*, 03(01), 84.
- Jalaluddin, R. (2003). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Karim, S. (2006). *Peran Wanita*. Jurnalberita .Com.
- Kasali, R. (2011). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Khoiruddin, M. A. (2012). Peran Komunikasi, Oleh: M. Arif Khoiruddin. *Jurnal Tribakti*, 23.

- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi Offset.
- Kusumawati, T. I. (2016). Komunikasi Verbal Dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 6(2), 90.
- Lamb, Hair, & McDaniel. (2001). *Pemasaran (Pertama)*. Salemba Empat.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. UB Media.
- Maulati, D., & Prasetio, A. (2017). REPRESENTASI PERAN IBU DALAM FILM “ROOM” (Analisis Semiotika Pendekatan John Fiske pada Film “Room” karya Sutradara Lenny Abrahamson). *E-Proceeding of Management*, 4(2), 2110.
- Moleong, L. J. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Mudafiuddin, B. (2020). Representasi Peran Ibu Dalam Iklan (Analisis Semiotika Pada Iklan Bertema Hari Ibu). *Jurnal Common*, 4(1), 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/common>
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Massa*, 16(1), 73.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (18th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (21st ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Muwarni, E. (2018). Domestika Perempuan dalam Iklan Produk Perawatan Produk dan Anak. *Social Polites*, 5, 2.
- Nafriandi. (2016). *Perempuan Di Ruang Publik Dalam Perspektif Hadis*. VI(1), 61.
- Piliang, Y. A. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya dan Matinya Makna* (4th ed.). Matahari.
- Pratista, H. (2008). *Memahami Film*. Homerian Pustaka.

- Ramdani, Z. P. (2015). *Gesture: Mengungkap Makna Di Balik Bahasa Tubuh Orang Lain Dari Mikroekspresi Hingga Makroekspresi*. Hafamira.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyantoro, B., & Harmoni, A. (2013). Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maich. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 5, 256.
- Sarwono, S. W. (2015). *Psikologi Remaja*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi, Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan analisis Framing*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2017). *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Soekanto, S. (2013). *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Suhandang, K. (2010). *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi*. Nuansa.
- Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. PT. Rineka Cipta.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV PUSTAKA SETIA.
- Thadi, R. (2014). Citra Perempuan dalam Media. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, Vol. 14(1), 28.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29300/syr.v14i1.1423>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Ghalia Indonesia.
- Wahyuningsih, S. (2014). Kearifan Budaya Lokal Madura Sebagai Media Persuasif (Analisis Semiotika Komunikasi Roland Barthes dalam Iklan Samsung Galaxy Versi Gading dan Giselle di Pulau Madura). *Sosio Didaktika*, 1, 173.
- Wijaya, P. M. (2013). Representasi Perempuan Pada Iklan Televisi Dancow Calcium

Plus Versi More Than A Woman. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1(2), 10.

Zahrok, S., & Suarmini, N. W. (2018). Peran Perempuan Dalam Keluarga. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 5, 64.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12962/j23546026.y2018i5.4422>