

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. (2020). Peran Ibu Dalam Pembentukan Karakter Anak. *Al-Wardah*, 13(2), 143. <https://doi.org/10.46339/al-wardah.v13i2.209>
- Adiyanto, W., & Saptiyono, A. (2022). Representasi Laki-Laki dan Perempuan dalam Iklan Tehicha. *10(01)*, 82–97.
- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianti, R., Febrianty, Sitanggang, A. O., Alfathoni, M. A. M., Hendra, & Rosita, Y. D. (2021). Dasar-Dasar Periklanan. Yayasan Kita Menulis.
- Anindia Putri, R., & Putri, K. Y. (2021). Konstruksi Peran Ibu Pada Poster Film Bird Box (Analisis Semiotika Charles S. Peirce). *Jurnal Semiotika*, 15(2), 159–165. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Aryanto, M. R. (2023). Representasi Nilai-Nilai Bela Negara Dalam Iklan Tri Versi" Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju". [http://repository.upnjatim.ac.id/11634/%0Ahttp://repository.upnjatim.ac.id/11634/6/18052010025.-BAB 5.pdf](http://repository.upnjatim.ac.id/11634/%0Ahttp://repository.upnjatim.ac.id/11634/6/18052010025.-BAB%205.pdf)
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (9th ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Griselda, S., & Farid, F. (2023). Representasi Semangat Perjuangan Hidup dalam Iklan "Rayakan Pejuang Indonesia." *Koneksi*, 7(2), 427–436. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i2.21476>
- Halik, A. (2013). *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press.
- Hasan, M., & Indriani, N. (2020). Peran Ibu dalam Membentuk Ekspektasi Masa Depan Anak Terhadap Pendidikan. *Universitas Negeri Makassar Berlayar Dan Bertransformasi: 60 Pemikiran Untuk Indonesia Yang Berdaya Saing*, 331–341.
- Littlejohn, S. W. (2007). *Theories of Human Communication*. Wadsworth Publishin.
- Putri, K. Y. S. (2017). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Nerbitinbuku. com.
- Rakhmat, J. (2020). *Psikologi Komunikasi* (Revisi ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rusmana, Y. (2005). *Pengantar Teori Semiotika*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Saleh, S. (2017). *Analisis data kualitatif*. Pustaka Ramadhan.
- Santosa, P. (2016). *Metodologi Penelitian Sastra: Paradigma, Proposal, Pelaporan, dan Penerapan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Siantayani, Y. (2011). *Memahami cita-cita anak*. Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini Nonformal dan Informal, Kementerian Pendidikan Nasional.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Surahman, B. (2019). Peran Ibu Terhadap Masa Depan Anak. *Jurnal Hawa : Studi Pengarus Utamaan Gender Dan Anak*, 1(2).
<https://doi.org/10.29300/hawapsga.v1i2.2600>
- Tampati, Y., Djakfar, Y., & MS, D. (2020). Pesan Moral Dalam Iklan Sabun Lifebuoy Edisi “Peluk Cium Adik Kakak.” *Jurnal Massa*, 01(02), 126–145.
<http://journal.unbara.ac.id/index.php/JM>
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika komunikasi: Aplikasi praktis untuk penelitian dan skripsi komunikasi* (Edisi 2). Mitra Wacana Media.

Sumber lain :

<https://youtu.be/D4wKMdYjVjA?si=q7P5wZdoeehyBFMs>