

REPRESENTASI PERAN AYAH DALAM IKLAN ACER

I.B.U (IA BERJUANG UNTUKMU) DI YOUTUBE

(Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Dio Riesta Zulfiananda

201810040311378

Dosen Pembimbing :

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

TAHUN 2024



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Dio Riesta Zulfiananda
NIM : 201810040311378
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Representasi Pean Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia
Berjuang Untukmu Di Youtube (Studi Analisis Semiotika
Roland Barthes)

Disetujui,
Pembimbing

Widya Yutanti, M.A. (Hons)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 591 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

**REPRESENTASI PERAN AYAH DALAM IKLAN ACER
I.B.U (IA BERJUANG UNTUKMU) DI YOUTUBE
(Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Diajukan Oleh :

DIO RIESTA ZULFIANANDA

201810040311378

Telah disetujui

Rabu / 10 Juli 2024

Pembimbing I



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Wakil Dekan I



Nasrullah Mairur Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI




Dipersiapkan dan disusun oleh :

DIO Riesta Zulfiananda

201810040311378

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 10 Juli 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si. ()
2. Arum Martikasari, M.Med.Kom ()
3. Widiya Yutanti, M.A. (Hons) ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khatibulrijal, S.IP., M.Hub.Int.



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL
REPRESENTASI PERAN SINGLE MOTHER DALAM IKLAN ACER
I.B.U IA BERJUANG UNTUKMU DI YOUTUBE
(Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)

Oleh:

Nama : Dio Riesta Zulfiananda

NIM : 201810040311378

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 31 Mei 2024

Pembimbing I/Promotor

Widya Yutant, M.A. (Hons)

NIP. 10303090396



(* Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tiogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id



SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Dio Riesta Zulfiananda

NIM : 201810040311378

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

REPRESENTASI PERAN SINGLE MOTHER DALAM IKLAN ACER I.B.U IA BERJUANG
UNTUKMU DI YOUTUBE (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

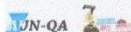
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 3 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Dio Riesta Zulfiananda



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/

/FISIP-UMM/V/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Dio Riesta Zulfiananda
NIM : 201810040311378
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 12 (Dua Belas) tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 5 Juni 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi



Nasrullah M.Si





PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Dio Riesta Zulfananda

NIM : 201810040311378

Hasil Plagiasi : 5/6 0/6

BAB I	31	7		
BAB II	28	8		
BAB III	22	7		

BAB IV	5			
BAB V	14			
BAB VI				



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang,
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari kamis 23 Mei 2024 telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh:

Nama : Dio Riesta Zulfiananda
NIM : 201810040311378
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Representasi Peran *Single Mother* Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu Di Youtube (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)
Dosen Pembimbing : Widya Yutanti, M.A. (Hons)

Dihadiri oleh

Dosen Penguji Arum Martikasari, M.Med.Kom.

Dosen Pembimbing Widya Yutanti, M.A. (Hons)

Dan Sejumlah 12 Mahasiswa (Presensi Terlampir)

Penyajian dinyatakan LULUS ~~TIDAK LULUS~~ dengan nilai ^B.....

Malang, 29 Mei 2024

Dosen Penguji



Arum Martikasari, M.Med.Kom.
NIDN : 0724038701

Dosen Pembimbing



Widya Yutanti, M.A. (Hons)
NIDN : 0721017801

Mengetahui
Kaprosdi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.sos, M,Si
NIDN : 0731017301

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

No	Nama	NIM	Jurusan
1	Alethea Sugiharto Wijaya	201810040311446	Ilmu Komunikasi
2	Habibieka Riddho Pratama	201810040311477	Ilmu Komunikasi
3	Muhammad Mada Dwi Pradana	201810040311420	Ilmu Komunikasi
4	Ilham Fahrur Rozi	201810040311397	Ilmu Komunikasi
5	Nadim Ludsfey Satyabudi	201810040311372	Ilmu Komunikasi
6	Ridho Widyanto	201810040311417	Ilmu Komunikasi
7	Febrian Ade Pratama	201810040311382	Ilmu Komunikasi
8	Naufal Tsaqif Islami	201810040311404	Ilmu Komunikasi
9	Naufal Rakha Putra	201810040311383	Ilmu Komunikasi
10	Isvie Wulandari	201810040311485	Ilmu Komunikasi
11	Idham Izzuddin Ghifari	201810040311392	Ilmu Komunikasi
12	Rizqullah Dwi Widiyanto	201810040311449	Ilmu Komunikasi








LEMBAR SARAN DAN MASUKAN HASIL SKRIPSI

Masukan dan Saran Penguji :

1. Pahami lebih dalam penggunaan teori semiotika model Roland Barthes.
2. Analisis pada bab 4 lebih detail lagi dari setiap scene yang dipilih.
3. Tidak melanggar SOP semiotika Roland Barthes menggunakan penanda dan petanda.
4. Crack text sangat penting dalam penelitian model semiotika jadi hasil penelitian yang dihasilkan bisa menjawab Crack text (dugaan peneliti) tersebut.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dio Riesta Zulfiananda
NIM : 201810040311378
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Representasi Peran *Single Mother* Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu Di Youtube (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)
Dosen Pembimbing : Widya Yutanti, M.A. (Hons)

Tanggal Bimbingan	Keterangan Bimbingan	Pemimbing
25 September 2023	Pengajuan judul proposal	
4 Oktober 2023	ACC judul proposal dan perbaikan proposal	
14 November 2023	Perbaikan penulisan kutipan dan referensi dalam proposal	
27 April 2024	Revisi Bab 4 dan 5 agar dijadikan satu bab	
4 Mei 2024	Revisi minor pada bagian Bab 4 dan dibuatkan abstrak	
6 Mei 2024	Revisi proposal secara keseluruhan sebelum abstrak ditandatangani	
18 Mei 2024	Bab 5 dipersingkat dan saran dibagi menjadi dua bagian serta penandatanganan abstrak	

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Widya Yutanti, M.A. (Hons)

NIDN : 0721017801

ABSTRAK

REPRESENTASI PERAN *SINGLE MOTHER* DALAM IKLAN ACER I.B.U IA BERJUANG UNTUKMU DI YOUTUBE (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)

Dio Riesta Zulfiananda
201810040311378

60 halaman, 50 referensi

Kata kunci : Semiotika, *Single Mother*, Iklan, Representasi, Media Sosial.

Iklan Acer I.B.U (Ia Berjuang Untukmu) merupakan iklan yang diproduksi oleh IDN TV Team bekerja sama dengan produk terkenal yaitu Acer yang diupload di kanal youtube pada tanggal 22 Desember 2015 bertepatan dengan hari Ibu. Seorang Ibu yang menjadi tulang punggung keluarga terlihat tidak biasa karena stereotype yang sudah melekat jika Ibu merupakan sosok yang feminim. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana peran orang tua tunggal atau *single mother* yang direpresentasikan dalam iklan I.B.U (Ia Berjuang Untukmu).

Penelitian ini berfokus pada iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes memiliki tiga tingkatan pertanda yaitu denotasi, konotasi dan mitos. Referensi terhadap penanda yang ditandai dikenal dengan sebutan signifikasi tataran pertama yaitu referensi denotasi. Sedangkan konotasi biasa dikenal dengan penanda tataran kedua. Mitos merupakan bahasa atau sebuah makna yang muncul akibat pengaruh dari kehidupan sosial budaya, hal tersebut membuat pemaknaan mitos ini berbeda-beda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, iklan I.B.U (Ia Berjuang Untukmu) dapat mematahkan stereotype yang sudah ada bahwa Ibu atau perempuan merupakan sosok yang lemah lembut, feminim, tidak bisa bekerja di luar rumah dan lebih sering mengerjakan pekerjaan rumah. Iklan ini menggambarkan sosok Ibu yang kuat dan menjalankan dua peran sekaligus yaitu mencari nafkah di luar rumah dan masih bisa mengerjakan pekerjaan rumah demi sang anak.

Dosen Pembimbing



Widya Yutanti, M.A. (Hons)
NIDN. 0721017801

Malang, 17 Mei 2024
Peneliti



Dio Riesta Zulfiananda
NIM. 201810040311378

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Syukur Alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat Rahmat, Ridho dan pertolongan-Nya peneliti dapat menyelesaikan naskah skripsi yang berjudul *“Representasi Peran Ayah Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu Di Youtube (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes).”* Selesainya penelitian ini menjadi proses pembelajaran yang sangat berharga dan berarti bagi peneliti. Peneliti tentunya berharap jika naskah ini dapat menjadi referensi dan evaluasi yang dapat membantu penelitian selanjutnya khususnya bagi mahasiswa/i jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

Penelitian ini selesai tentunya berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang selalu memberikan semangat. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang turut hadir dalam proses penelitian ini, diantaranya :

1. Dra. Rina Widyawati selaku Mama peneliti yang selalu memberikan dukungan dan tidak berhenti memanjatkan do'a demi kelancaran studi peneliti serta mensupport peneliti dalam berbagai hal terutama materi sehingga peneliti bisa menjalani kehidupan di Malang hingga akhirnya menyelesaikan pendidikan. Terima kasih sudah berjuang sejauh ini.
2. Drs. Agus Suprayitno selaku Papah peneliti yang tentunya memberikan dukungan agar tidak menyerah dalam melakukan segala hal berhasil mendidik peneliti menjadi seorang anak laki-laki yang harus bisa bertanggung jawab terutama menyelesaikan pendidikan.
3. Ika Riesta Fitriananda sebagai kakak peneliti yang setiap saat mengingatkan peneliti untuk segera menyelesaikan perkuliahan dan Totok Wijoyo sebagai suami kakak yang selalu menemani kakak untuk berjuang bersama dan membantu peneliti dalam segi materi agar tercukupi kebutuhan peneliti selama di Malang. Sekarang saatnya berjuang bersama demi keluarga.
4. Ibu Widiya Yutanti, M.A. (Hons) selaku dosen pembimbing. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga atas bimbingannya selama ini serta setiap waktu yang diluangkan kepada peneliti. Berkat

arahan dan dorongan dari dosen pembimbing maka peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan banyak sekali ilmu dan pembelajaran yang sangat berharga dan bermanfaat semasa perkuliahan.
6. Fathimah Mustabsyiroh M. selaku partner, sahabat, dan teman hidup peneliti yang selalu hadir dan menemani di setiap proses peneliti hingga akhirnya penelitian ini selesai. Terima kasih sudah bertahan serta hadir menemani peneliti dan sudah saatnya berjuang mencapai apa yang kita inginkan selama ini.
7. Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (BEM-U) sebagai tempat peneliti menemukan teman, keluarga dan pengalaman baru yang hingga saat ini berdampak pada peneliti dengan bertambahnya relasi dan pengalaman organisasi yang tak terlupakan. Terima kasih atas setiap kesempatan yang telah diberikan kepada peneliti selama ini.
8. Terakhir, saya ucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri, Dio Riesta Zulfiananda. Terima kasih sudah bertahan dan berjuang hingga detik ini untuk menyelesaikan apa yang sudah kamu mulai. Saat ini waktunya untuk berjuang dan melangkah lebih jauh lagi demi keluarga dan satu wanita yang selama ini mendampingi. Kamu sudah menyelesaikan penelitian ini dengan sangat baik, masih ada rintangan yang harus kamu hadapi.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
SURAT KETERANGAN	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI	vii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	viii
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8

2.1	Komunikasi Massa.....	8
2.1.1	Iklan Sebagai Komunikasi Massa.....	9
2.1.2	Klasifikasi Iklan.....	12
2.1.3	Elemen Dalam Iklan	13
2.2	Teori Semiotika.....	16
2.2.1	Pengertian Teori Semiotika	16
2.2.2	Relevansi Teori Semiotika.....	17
2.3	Penelitian Terdahulu	19
2.4	Peran Ibu Dalam Keluarga.....	20
2.4.1	Defenisi Ibu	20
2.4.2	Stereotip Seorang Ibu Rumah Tangga.....	21
2.4.3	Peran Ibu Tunggal Dalam Keluarga	23
2.4.4	Kesetaraan Gender.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Paradigma Penelitian	27
3.2	Metode Penelitian Semiotika	27
3.3	Pendekatan Penelitian	29
3.4	Tipe Penelitian	29
3.5	Ruang Lingkup Penelitian	29
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.7	Teknik Analisis Data	31
a.	Denotatif	31
b.	Konotasi	32
c.	Mitos	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Iklan I.B.U (Ia Berjuang Untukmu).....	34
4. 1. 1. Sinopsis Iklan I.B.U (Ia Berjuang Untukmu).....	36
4. 1. 2. Profil Sutradara.....	38
4.2 Representasi Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu	39
4.2.1 Makna Tanda Dalam Scene 1 Representasi Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu di Youtube	41
4.2.2 Makna Tanda Dalam Scene 2 Representasi Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu di Youtube	43
4.2.3 Makna Tanda Dalam Scene 3 Representasi Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu di Youtube	45
4.2.4 Makna Tanda Dalam Scene 4 Representasi Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu di Youtube	47
4.2.5 Makna Tanda Dalam Scene 5 Representasi Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu di Youtube	49
4.2.6 Makna Tanda Dalam Scene 6 Representasi Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu di Youtube	51
4.2.7 Makna Tanda Dalam Scene 7 Representasi Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu di Youtube	53
4.2.8 Makna Tanda Dalam Scene 8 Representasi Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu di Youtube	55
4.3 Representasi Single Mother Dalam Iklan Acer I.B.U Ia Berjuang Untukmu Menggunakan Teori Semiotika.....	57
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan	62

5.2	Saran	62
5.2.1	Saran Praktis	62
5.2.2	Saran Akademis	63
DAFTAR PUSTAKA.....		64
LAMPIRAN		70

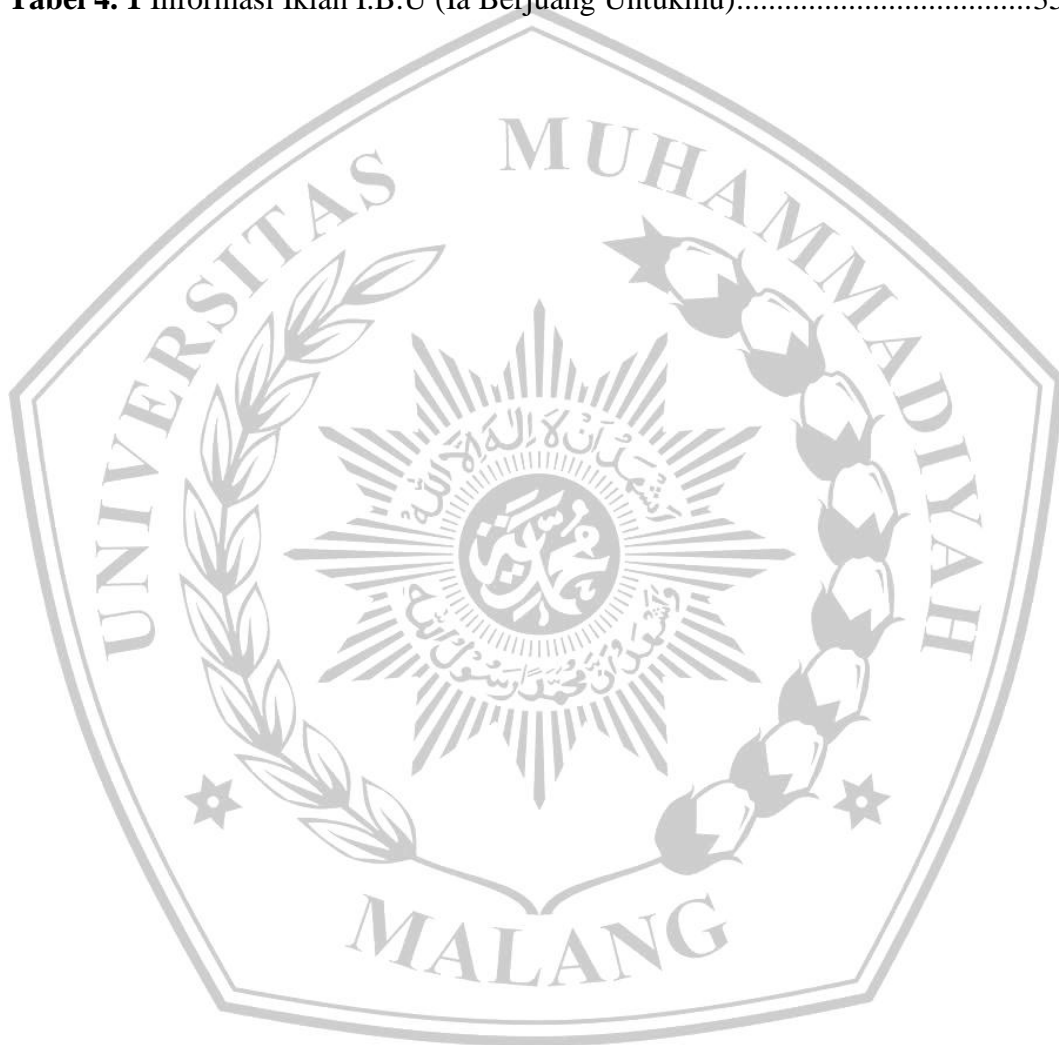


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Signifikansi dan Mitos Roland Barthes.....	19
Gambar 4. 1 Cuplikan Iklan I.B.U (Ia Berjuang Untukmu).....	34
Gambar 4. 2 David Theo Oscar Kosakoy.....	38
Gambar 4. 3 Scene 1 Iklan I.B.U. Ia Berjuang Untukmu.....	41
Gambar 4. 4 Scene 2 Iklan I.B.U. Ia Berjuang Untukmu.....	43
Gambar 4. 5 Scene 3 Iklan I.B.U. Ia Berjuang Untukmu.....	45
Gambar 4. 6 Scene 4 Iklan I.B.U. Ia Berjuang Untukmu.....	47
Gambar 4. 7 Scene 5 Iklan I.B.U. Ia Berjuang Untukmu.....	49
Gambar 4. 8 Scene 6 Iklan I.B.U. Ia Berjuang Untukmu.....	51
Gambar 4. 9 Scene 7 Iklan I.B.U. Ia Berjuang Untukmu.....	53
Gambar 4. 10 Scene 8 Iklan I.B.U. Ia Berjuang Untukmu.....	55
Lampiran 1 Lampiran Iklan I.B.U Ia Berjuang Untukmu di Youtube.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peta Tanda Semiotika Roland Barthes.....	18
Tabel 3. 1 Tabel Analisis Kerja.....	33
Tabel 4. 1 Informasi Iklan I.B.U (Ia Berjuang Untukmu).....	35



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D. J., dan Lestari, F. D. (2023). Pembentukan Pola Attachment Parenting dan Penggunaan Gadget Pada Ibu Pekerja Dengan Anak Generasi Alpha. *Broadcasting Communication Vol 5 No. 2*, 15-23.
- Augustinah, F., dan Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika Vol. 4 No. 2*, 1-19.
- Betaubun, R. M. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Budaya Lokal*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Candra, M. F. (2022). Efektivitas Youtube Sebagai Media Promosi Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Unpas. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 5 No. 2*, 231-235.
- Dewi, R. (2020). Kedudukan Perempuan Dalam Islam Dan Problem Ketidakadilan Gender. *Noura: Jurnal Kajian Gender dan Anak Vol 4 No. 1*, 3-34.
- Dwi Utari, S. M., Iriyanto, T., dan Astuti, W. (2022). Peran Orang Tua Tunggal Dalam Optimalisasi Perilaku Bertanggung Jawab Pada Anak Usia Dini. *Jurnal PAUD Vol. 5 No. 1*, 12-23.
- Fairuza, H. T., Indrasari, F. L., dan Shidqii, W. Z. (2022). Domestifikasi Perempuan Sebagai Ibu Rumah Tangga Dalam Iklan Sunlight Edisi Cuci Cepat Bilas Cepat. *Jurnal Audiens Vol 3 No. 3*, 2-8.
- Fauzan, M. R., Farransahad, B. F., dan Rahmawati, N. (2024). Konstruksi Peran Ibu Ideal Dalam Iklan Vicks Vaporub Tahun 2023. *Jurnal Audiens Vol. 5 No. 1*, 22-28.
- Gogali, V. A., Tsabit, M., dan Syarief, F. (2020). Pemanfaatan Webinar Sebagai Media Komunikasi Pemasaran di Masa Pandemi Covid-2019. *Cakrawala Vol. 20 No. 2*, 182-187.

- Habsy, B. A. (2017). Seni Memahami Penelitian Kualitatif Dalam Bimbingan Dan Konseling : Studi Literatur. *Jurnal Konseling Andi Matappa Vol. 1 No. 2*, 90-100.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., dan Indrayani, I. I. (2021). *Komunikasi Massa*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hamdan, dan Mahmuddin. (2021). Youtube Sebagai Media Dakwah. *Palita : Journal of Social Religion Research Vol. 6 No. 1*, 63-80.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, dan Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Books.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak.
- Hayati, F., dan Zahrah, D. S. (2021). Implikasi Pendidikan Menurut QS Ali Imran Ayat 35-37 Tentang Cara Nabi Zakariya Dalam Mendidik Anak Perempuannya. *Jurnal Riset Pendidikan Agama Islam vol 1 No. 1*, 36-42.
- Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi, dan Putri, A. A. (2019). Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs Online kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan Vol. 17 No. 2*, 146-155.
- Iganingrat, A., dan Eva, N. (2021). Kesejahteraan Psikologis Pada Ibu Tunggal: Sebuah Literature Review. *Prosiding*, 444-450.
- Junaidi, H. (2017). Ibu Rumah Tangga: Streotype Perempuan Pengangguran. *An Nisa'a : Jurnal Kajian Gender dan Anak Vol 12 No. 1*, 77-86.
- Keikazeria, V., dan Ngare, F. (2020). Komunikasi Interpersonal Ibu dan Anak dalam Pembentukan Karakter Beribadah Anak (Studi Kualitatif Pada Ibu dan Anak di Lingkungan Perumahan Pondok Giri Harja Endah Kelurahan Jelesong). *Jurnal Communio Vol 9 No. 2*, 1613-1629.

- Kustiawan, W., Siregar, K. F., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., dan Nurhayati. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica Vol. 11 no. 1*, 1-8.
- Limbong, E. G. (2021). Elemen-Elemen Iklan Dalam Menyampaikan Pesan Komunikasi Iklan XL Berjudul "Pesan Untuk Raka". *Gandiwa Vol. 1 No. 1*, 12-22.
- Macshury, A. I., Arifin, M. B., dan Rijal, S. (2020). Pemali Dalam Budaya Etnik Paser Di Kabupaten Paser : Suatu Tinjauan Semiotika. *Ilmu Budaya Vol 4 No. 2*, 315-329.
- Mahmudah. (2022). *Perempuan Muslimah Pelaku Industri Kreatif : Sebuah Makna dan Implikasi*. Jember: UIN KHAS Press.
- Marta, W. (2023). Branding Iklan Komersial Salingka Kopi Talamu. *Baseline Jurnal Pengkajian, Penciptaan Seni & Humaniora Vol. 1 No. 2*, 175-181\.
- Mulyazir, dan Fadhillah, M. (2023). Konsep Semiotika Roland Barthes Dan Aplikasinya Terhadap Kajian Al-Quran. *Al-Fathanah : Jurnal Studi Islam dan Pendidikan Agama Islam Vol 3 No. 1*, 28-36.
- Munir, M., dan Rokhmah, U. N. (2020). Nilai-Nilai Pendidikan Karakter dalam Film Animasi Anak Channel Youtube Nussa Official. *Al-Mudarris : Journal of Education, Vol. 3 No. 1*, 57-60.
- Muslih, M. (2021). Peran Ibu Dalam Melatih Pengalaman Beragama Pada Anak Di Lingkungan Keluarga. *Edunesia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Vol 2 No. 1*, 162-168.
- Muthmainnah, Y. (2021). Peran-Peran Domestik dan Pengasuhan Anak di Akar Rumput. *Qawwam : Journal For Gender Mainstreaming Vol 15 No. 1*, 1-30.

- Nathania, C., W. Tjahyo, J. D., dan Goenawan, F. (2021). Studi Komparatif : Brand Identity Innisfree dan Nature Republic Dalam Video Iklan. *Jurnal E-Komunikasi Vol. 9 No. 2*, 2-10.
- Nova, M. A. (2022). Peran Perempuan Dalam Pembangunan Desa (Studi Feminisme dan Gender Pada Perempuan Gampong Blang Krueng Kabupaten Aceh Besar). *Jurnal Al-Ukhwah Vol 1 No. 1*, 1-12.
- Nur, A. M., Ghalib, S., dan Utomo, S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pada Pelanggan Indihome Di Kota Palangka Raya” (Studi Emperis Pada PT.Telkom Provinsi Kalimantan Tengah). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan Vol. 9 No. 1*, 52-63.
- Nurhasanah, dan Faizin. (2023). Kajian Semiotika Roland Barthes Tentang Azab Kaum Sodom. *Hadharah : Jurnal Keislaman dan Peradaban Vol. 17 No. 2*, 130-148.
- Nurmaida, M., Kamaludin, M., dan Risnawati, R. (2020). Representasi Nilai-Nilai Moral Dalam Novel "Assalamualaikum Calon Imam" (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Tokoh Dokter Alif). *Jurnal Audiens Vol. 1 No. 1*, 10-16.
- Nuroniyah, W. (2022). KONSEP QIWAMAH DAN FENOMENA PEREMPUAN KEPALA KELUARGA. *Equalita Vol. 4 No. 1*, 114-123.
- Oktavianti, S., Dekas, R., Noprian, Haqiqi, T. M., dan Malinda, T. (2023). Pengaruh Harga, Minat dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Selatan). *JMEC: Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative Vol. 2 No. 2*, 61-70.
- Purnami, W. H. (2021). Wacana Pesan Singkat Iklan Penawaran Pinjaman. *Widyaparwa Vol. 49 No. 2*, 213-227.

- Qona'ah, S., dan Munanjar, A. (2021). Konstruksi Sosial Media Massa Pada Iklan Lux Versi "Botanicals All-In-One Magical". *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 8 No. 2*, 107-113.
- Rahmat, S. T. (2018). Pola Asuh Yang Efektif Untuk Mendidik Anak Di Era Digital. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan Missio Vol 10 No. 2*, 137-273.
- Rahmawati, dan Limbong, E. G. (2023). Analisis Penggunaan Diksi Pada Iklan Biskuat Isi 6. *Jurnal Pendidikan Tambusai Vol. 7 No. 2*, 9199-9206.
- Rauf, I., Mawara, J., dan Mulianti, T. (2023). Peran Ibu Sebagai Orang Tua Tunggal Dalam Keluarga di Desa Gotowasi Kecamatan Maba Selatan Kabupaten Halmahera Timur. *Jurnal Holistik Vol 16 No. 3*, 1-13.
- Ridlo, M. R., Liliani, E., dan Wiyatmi. (2023). Perempuan, Tubuh, dan Mitos Dalam Teks Drama Ber-Tiga Bukan Dara. *Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia*, 153-164.
- Rohman, M. A. (2021). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Perlindungan Situs Majapahit. *Citra Dirga : Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Intermedia Vol. 3 No. 1*, 36-46.
- Savitri, P. W. (2021). Variasi Bahasa Para Content Creator di Youtube : Kajian Sociolinguistik. *SEMNALISA*, 67-72.
- Septyana, V., dan Juliana S, V. P. (2020). Analisis Perjuangan Perempuan Dalam Menolak Budaya Patriarki. *Jurnal Semiotika Vol 14 No. 1*, 77-101.
- Silviani, I., dan Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Slamet Nurdin, M. T. (2023). Analisis Semiotik Makna Perjuangan Seorang Ibu Dalam Lagu Dawai (Air Mata Di Ujung Sajadah). *Fonologi : Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra Inggris Vol. 1 No. 3*, 20-35.

- Sri N, V. S., dan Bustam, M. R. (2022). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Sampul Buku Five Little Pigs Karya Agatha Christie. *Mahadaya Vol 2 No. 2*, 144-153.
- Stefanie, A., Mariska, G., Tandiamal, V. M., dan Sabar S, R. I. (2022). Kesetaraan Gender Dalam Rumah Tangga Untuk Wanita Karir. *Lentera Pancasila Vol 1 No. 2*, 66-74.
- Suryati, M., dan Solina, E. (2019). Peran Ibu Sebagai Orang Tua Tunggal Dalam Mendidik Anak di Desa Lancang Kuning Utara. *Jurnal Masyarakat Maritim Vol. 3 No. 2*, 1-9.
- Umayu, N. M., dan Ambarini. (2010). *Semiotika Teori dan Aplikasi Pada Karya Sastra*. IKIP PGRI Semarang Press: Semarang.
- Wahyuni, S., dan Diana, R. (2023). Peran Ibu Tunggal Dalam Menjaga Kesehatan Mental Anak Usia Dini. *Generasi Emas Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini Vol 6 No. 2*, 94-100.
- Wibowo, W. T. (2021). Fenomena Poligami Tokoh Publik (Semiotika Roland Barthes dalam Konstruksi Makna Gambar Poligami Tokoh Publik). *Academic Journal of Da'wa and Communication Vol 2 No. 2*, 188-218.
- Yakub, M., Damayanti, M. F., dan Fadhillah, I. (2023). Representasi Ibu Ideal dalam Islam: Komunikasi Intrapersonal antara Ibu dan Anak Pada Film Ali dan Ratu-Ratu Queens. *Wardah Vol. 24 No. 1*, 76-90.
- Yulianto, W. D., dan Zulfiningrum, R. (2023). Analisis Nilai Sosial dalam Iklan Gojek Edisi "Jangan Sepelekan Kekuatan Jempol" di Youtube. *Journal of Education Vol. 5 No. 2*, 4933-4944.