

ADA  
MITOS

D A L A M

D.K.V

(DESAIN KOMUNIKASI VISUAL)

Ada Mitos dalam DKV (Desain Komunikasi Visual)

Penulis :  
Andi Suprpto S.Sos.,M.Si

ISBN: 978-602-70029-4-4

Desain Sampul dan Tata Letak  
Andi Suprpto S.Sos.,M.Si

Photografer : Indra Darmadi M.Ds

Penerbit :  
PT Lintas Kreasi Imaji  
72 hlm ; 20 x 21 cm

Redaksi :  
Gd. One Pacific Place level 11, SCBD,  
Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Senayan,  
Kebayoran Baru, Jakarta 12190

Hak cipta Dilindungi oleh undang-undang.  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh  
isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

# KATA PENGANTAR

		<b>REPUBLIK INDONESIA</b>	
No. IND.			
Th. Angg.		Cat.	
PARAP		TGL.	

Merupakan Kebahagiaan bagi Saya untuk memberikan Kata Pengantar buku 'Ada Mitos dalam DKV' yang merupakan karya Saudara Andi Suprpto. Saya menyambut baik buku ini karena memang masih terbatasnya buku - buku di bidang ini.

Selain itu gaya penulisan buku ini memang lain dari buku-buku yang pernah ada. Cara menuliss yang khas disertai berbagai ilustrasi menjadikan buku ini mudah dicerna dan alurnya menadi menarik.

Buku yang baik tidak hanya menarik pembacanya tetapi juga memudahkan pembaca untuk mencernanya. Tidak kalah penting buku ini tidak membosankan. Sangat mengesankan adalah bagaimana penulis bisa menyampaikan misinya tanpa unsur yang menggurui.

Saya fikir ini bisa menjadi terobosan baru dalam menulis dan bisa mencerdaskan kehidupan bangsa.

Bravo,  
Salam Hangat

---

Prof.Ocky Karna Radjasa, Ph.D  
Direktur

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan  
Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat

---

# DAFTAR ISI

SEMIOLOGI	01
LIMA KODE BARTHES	03
PETANDA	04
DENOTASI	05
KONOTASI	07
MITOS	10
ANALISA PADA SAMPUL MAJALAH PARIS MATCH	12
KARAKTER MITOS SEBAGAI WICARA MITIS	19
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	23
PERBEDAAN ANTARA DESAIN GRAFIS & DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	26
	29

SEMIOTIKA, DKV, & SEMIOTIKA KOMUNIKASI	30
IDENTITAS VISUAL DALAM PERSPEKTIF DKV	33
KOLERASI DKV DAN SEMIOTIKA	34
MITOS BIMA SEBAGAI STRATEGI MEREK KUKU BIMA ENERGY DRINK	36
BIMA DALAM EPHOS MAHABHARATA CONTOH-CONTOH MITOS YANG DIGUNAKAN SEBAGAI MEREK	39
PENUTUP	54
DAFTAR PUSTAKA	56
RIWAYAT PENULIS	58
	60