

**ADA
MITOS
DALAM
D.K.V**
(DESAIN KOMUNIKASI VISUAL)

Ada Mitos dalam DKV (Desain Komunikasi Visual)

Penulis :

Andi Suprapto S.Sos.,M.Si

ISBN: 978-602-70029-4-4

Desain Sampul dan Tata Letak

Andi Suprapto 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

	PERPUSTAKAAN		
No. INI			
Th. Angg.	Cat.		
PARAP	TGL		

Merupakan Kebahagian bagi Saya untuk memberikan Kata Pengantar buku 'Ada Mitos dalam DKV' yang merupakan karya Saudara Andi Suprapto.

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 menulis yang khas disertai berbagai ilustrasi menjadikan buku ini mudah dicerna dan alurnya menjadi 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 Penguanan Riset dan Pengembangan
Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat

DAFTAR ISI

SEMIOTIKA	01
PETANDA	03
LIMA KODE CARTHES	04
DENOTASI	05
KONOTASI	07
MITOS	10
ANALISA PADA SAMPUL MAJALAH SEMIOLOGI	12
MITOS SEBAGAI SISTEM PARIS MATCH	19
KARAKTER MITOS	23
SEKILAS TENTANG KARAKTER MITOS	28
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	26
PERBEDAAN ANTARA DESAIN GRAFIS & DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	29

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