

Plagiarism Scan Report



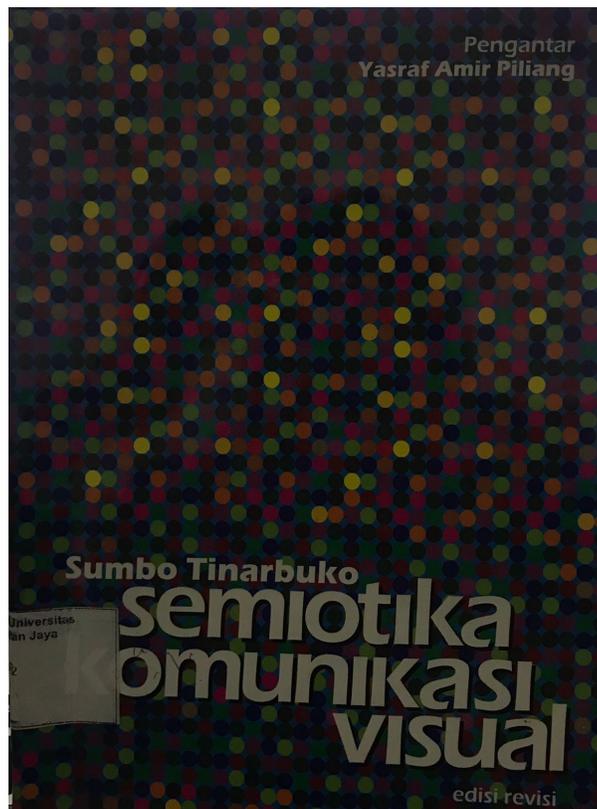
Report Title	Resensi 3
Generated Date	11-Oct-2023
Total Words	492
Total Characters	3682
Report Generated By	Plagiarismchecker.co
Excluded URL	None

Plagiarised	Unique	Total Words Ratio
0%	100%	100%

Content Checked For Plagiarism

RESENSI BUKU Judul Buku: Semiotika Komunikasi Visual Pengarang/Penulis: Sumbo Tinarbuko Penerbit: JALASUTRA Tahun Terbit: 2009 ISBN: 978-602-8252-24-9 Jumlah Halaman: 112 halaman Semiotika Komunikasi Visual Dari buku yang berjudul "Semiotika Komunikasi Visual" dapat membuat kita belajar mengenai semiotika secara dasar dan semiotika komunikasi visual yang menjelaskan mengenai sebuah upaya untuk memberikan interpretasi terhadap keilmuan semiotika. Semiotika mempunyai pengaruh pada bidang-bidang seperti seni rupa, seni tari, seni film, desain produk, arsitektur, dan juga desain komunikasi visual. Buku ini juga menjelaskan bahwa jika berdasarkan pandangan semiotika, seluruh praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda. Penulis ingin menyampaikan ilmu melalui buku ini karena belum banyak buku yang menganalisis Desain Komunikasi Visual melalui pandangan semiotika. Saat ini Desain Komunikasi Visual sedang berkembang pesat. Buku ini terdiri dari lima bab yang memiliki 112 halaman. Untuk penulisan, buku ini menjelaskan mengenai semiotika sebagai ilmu, teori Desain Komunikasi Visual, hingga analisis tanda dan makna karya Desain Komunikasi Visual. Dari buku karya Sumbo Tinarbuko kita bisa mempelajari mengenai semiotika komunikasi visual secara menyeluruh dan dapat mengetahui mengenai periklanan, melihat iklan dalam konteks Desain Komunikasi Visual. Lalu pada buku menjelaskan bahwa pada dasarnya Desain Komunikasi Visual merupakan representasi sosial budaya masyarakat dan salah satu manifestasi kebudayaan yang berwujud produk dari nilai-nilai yang berlaku. Selain itu, Desain Komunikasi Visual sangat akrab dengan kehidupan manusia. Penulis juga menjelaskan dengan kata-kata yang mudah untuk dimengerti oleh para pembacanya, serta pembaca dapat memahami dengan sangat mudah. Dalam buku ini penulis ingin pembaca untuk memahami mengenai Desain Komunikasi Visual melalui sudut pandang semiotik. Pembelajaran yang ada di dalam buku ini dapat memberikan kita wawasan baru mengenai semiotik komunikasi visual terutama lagi mengenai bentuk iklan seperti iklan komersial atau iklan layanan masyarakat. Dari yang penulis sampaikan tersebut, penulis ingin kita sebagai pembaca dapat mengerti dengan mudah dan jelas. Buku ini tidak hanya menjelaskan mengenai Semiotik ataupun Desain Visual Komunikasi secara mendalam namun juga terdapat penjelasan mengenai iklan secara menyeluruh. Dalam buku ini dijelaskan bahwa iklan sebagai salah satu perwujudan kebudayaan massa, tidak hanya bertujuan untuk menawarkan dan memengaruhi calon konsumen untuk membeli barang atau jasa tetapi juga

RESENSI BUKU



Judul Buku: Semiotika Komunikasi Visual

Pengarang/Penulis: Sumbo Tinarbuko

Penerbit: JALASUTRA

Tahun Terbit: 2009

ISBN: 978-602-8252-24-9

Jumlah Halaman: 112 halaman

Semiotika Komunikasi Visual

Dari buku yang berjudul “Semiotika Komunikasi Visual” dapat membuat kita belajar mengenai semiotika secara dasar dan semiotika komunikasi visual yang menjelaskan mengenai sebuah upaya untuk memberikan interpretasi terhadap keilmuan semiotika.

Semiotika mempunyai pengaruh pada bidang-bidang seperti seni rupa, seni tari, seni film, desain produk, arsitektur, dan juga desain komunikasi visual. Buku ini juga menjelaskan bahwa jika berdasarkan pandangan semiotika, seluruh praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda. Penulis ingin menyampaikan ilmu melalui buku ini karena belum banyak buku yang menganalisis Desain Komunikasi Visual melalui pandangan semiotika. Saat ini Desain Komunikasi Visual sedang berkembang pesat.

Buku ini terdiri dari lima bab yang memiliki 112 halaman. Untuk penulisan, buku ini menjelaskan mengenai semiotika sebagai ilmu, teori Desain Komunikasi Visual, hingga analisis tanda dan makna karya Desain Komunikasi Visual. Dari buku karya Sumbo Tinarbuko kita bisa mempelajari mengenai semiotika komunikasi visual secara menyeluruh dan dapat mengetahui mengenai periklanan, melihat iklan dalam konteks Desain Komunikasi Visual. Lalu pada buku menjelaskan bahwa pada dasarnya Desain Komunikasi Visual merupakan representasi sosial budaya masyarakat dan salah satu manifestasi kebudayaan yang berwujud produk dari nilai-nilai yang berlaku. Selain itu, Desain Komunikasi Visual sangat akrab dengan kehidupan manusia. Penulis juga menjelaskan dengan kata-kata yang mudah untuk dimengerti oleh para pembacanya, serta pembaca dapat memahami dengan sangat mudah.

Dalam buku ini penulis ingin pembaca untuk memahami mengenai Desain Komunikasi Visual melalui sudut pandang semiotik. Pembelajaran yang ada di dalam buku ini dapat memberikan kita wawasan baru mengenai semiotik komunikasi visual terutama lagi mengenai bentuk iklan seperti iklan komersial atau iklan layanan masyarakat. Dari yang penulis sampaikan tersebut, penulis ingin kita sebagai pembaca dapat mengerti dengan mudah dan jelas.

Buku ini tidak hanya menjelaskan mengenai Semiotik ataupun Desain Visual Komunikasi secara mendalam namun juga terdapat penjelasan mengenai iklan secara menyeluruh. Dalam buku ini dijelaskan bahwa iklan sebagai salah satu perwujudan kebudayaan massa, tidak hanya bertujuan untuk menawarkan dan memengaruhi calon konsumen untuk membeli barang atau jasa tetapi juga iklan turut membedakan nilai tertentu yang secara terpendam terdapat didalamnya.

Seperti dalam bab terakhir yang berisikan mengenai pesan yang terdapat pada karya desain komunikasi visual yang menjadi objek kajian dari buku Semiotika Komunikasi Visual ini adalah sebuah pesan yang disampaikan kepada khlayak sasaran dalam bentuk tanda, maka jika dilihat secara garis besar bahwa tanda dapat dilihat dari dua aspek yaitu tanda verbal dan tanda visual.

Penulis dalam buku ini adalah Sumbo Tinarbuko yang merupakan seorang Kandidat Doktor Fakultas Ilmu Budaya di Universitas Gajah Mada (UGM) Yogyakarta. Lulus sebagai Magister Desain Program Pascasarjana Institut Teknologi Bandung (ITB) dan Sarjana Komunikasi Visual FSRD ISI Yogyakarta. Pada kesehariannya, penulis menjadi Konsultan Desain, lalu Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, dan juga aktif menulis untuk koran nasional, jurnal ilmiah, seminar, hingga *workshop* tingkat lokal maupun nasional.

Oleh

Nama : Nafila Alyanada

Prodi : Ilmu Komunikasi

NIM : 2019041055