

Storytelling **Visual** dalam Platform **E-Commerce**

**Menyatukan Desain dan
Pesan Pemasaran**



Anis Kurli, S.I.K., M.Med.Kom. | Deny Feri Suharyanto, S.I.K., M.I.Kom.
Imam Hidayat, S.AN., M.AP. | Andika Priyas Prayoga
Alan Nuril Mubin

STORYTELLING VISUAL

- dalam -

PLATFORM E-COMMERCE

Menyatukan Desain dan Pesan Pemasaran

Anis Kurli, S.I.K., M.Med.Kom

Deny Feri Suharyanto, S.I.K., M.I.Kom

Imam Hidayat, S.A.N., M.AP

Andika Priyas Prayoga

Alan Nuril Mubin



PENERBIT KBM INDONESIA

adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air Indonesia. Serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku.

STORYTELLING VISUAL DALAM PLATFORM E-COMMERCE

Menyatukan Desain dan Pesan Pemasaran

Copyright @ 2025 By Anis Kurli, S.I.K., M.Med.Kom dkk

All right reserved

Penulis

Anis Kurli, S.I.K., M.Med.Kom, Deny Feri Suharyanto, S.I.K., M.I.Kom
Imam Hidayat, S.A.N., M.AP, Andika Priyas Prayoga
Alan Nuril Mubin

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

Husnud Diniyah

Editor

Dr. Muhamad Husein Maruapey, Drs., M.Sc.

Background isi buku di ambil dari [https://www. freepik. com/](https://www.freepik.com/)

Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

Penerbit KBM Indonesia

Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021

081357517526 (Tlpn/WA)

Website

[https://penerbitkbm. com](https://penerbitkbm.com)

[www. penerbitbukumurah. com](http://www.penerbitbukumurah.com)

Email

[naskah@penerbitkbm. com](mailto:naskah@penerbitkbm.com)

Distributor

[https://penerbitkbm. com/toko-buku/](https://penerbitkbm.com/toko-buku/)

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Instagram

@penerbit. kbmindonesia

@penerbitbukujogja

ISBN: 978-634-202-736-3

Cetakan ke-1, September 2025

14,8 x 21 cm, iv + 75 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-
Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

- i. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100. 000. 000 (seratus juta rupiah).
- ii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500. 000. 000,00 (lima ratus juta rupiah).
- iii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1. 000. 000. 000,00 (satu miliar rupiah).
- iv. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4. 000. 000. 000,00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa akhirnya penulis dapat menyusun buku kategori Buku Referensi dengan baik dan tepat waktu. Buku berjudul **“Storytelling Visual dalam Platform E-Commerce : Menyatukan Desain dan Pesan Pemasaran”** dapat dijadikan sebagai salah satu rujukan bagi akademisi dan praktisi untuk pengembangan keilmuan sejenis.

Buku Referensi yang berjudul Storytelling Visual dalam Platform E-Commerce : Menyatukan Desain dan Pesan Pemasaran menyajikan konsep dan pembahasan tentang Bab 1 : Evolusi Komunikasi Pemasaran di Era Digital, Bab 2 : Dasar-Dasar Storytelling dalam Branding dan Pemasaran, Bab 3 : Visual sebagai Medium Cerita, Bab 4 : Membangun Narasi Produk melalui Karya Desain Grafis, dan Bab 5 Strategi Konten Visual di Media Sosial Penunjang Platform E-Commerce

Melalui buku ini dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan khazanah keilmuan yang sama, dimana saat

ini perkembangan desain komunikasi visual sangat dibutuhkan. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan buku ini sampai selesai, khususnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendiktisaintek) Republik Indonesia dengan nomor Kontrak **128/C3/DT.05.00/PL/2025**, Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah VII Provinsi Jawa Timur Nomor Kontrak **041/LL7/DT.05.00/PL/2025**, dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Wiraraja dengan Nomor Kontrak **002/LPPM/PP-04/E.01/UNIJA/VI/2025**, yang telah memberikan bantuan dana melalui dana HIBAH DPPM Kemendiktisaintek tahun 2025.

Penulis menyadari bahwa penulisan buku ini masih jauh dari sempurna sehingga segala masukan dan kritikan yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis sangat berharap buku ini dapat dimanfaatkan oleh seluruh pembaca untuk mengembangkan keilmuan sejenis dalam meningkatkan masyarakat Sejahtera dan maju

18 September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
BAB 1 EVOLUSI KOMUNIKASI PEMASARAN DI ERA DIGITAL	1
A. Berubahnya Perilaku Konsumen di Era E-Commerce ----	1
B. Promosi Konvensional Menuju Storytelling Digital -----	4
C. Peran Desain dalam Komunikasi Pemasaran Modern----	8
BAB 2 DASAR-DASAR STORYTELLING DALAM BRANDING DAN PEMASARAN	13
A. Storytelling dalam Konteks Pemasaran-----	13
B. Elemen Cerita Karakter, Konflik, Solusi, Emosi-----	18
C. Membentuk Brand Sukses dengan Storytelling -----	22
BAB 3 VISUAL SEBAGAI MEDIUM CERITA	27
A. Visual sebagai Bahasa Universal -----	27
B. Semiotika dalam Desain Komunikasi Visual -----	30
C. Psikologi Warna, Tipografi dan Elemen Visual -----	33

BAB 4 MEMBANGUN NARASI PRODUK MELALUI KARYADESAIN GRAFIS ----- 41

A. Merancang Identitas Visual ----- 41

B. Desain Kemasan, Logo, dalam menciptakan Konten Visual Berbentuk cerita ----- 43

C. Narasi Visual Produk Lokal/UMKM ----- 47

BAB 5 STRATEGI KONTEN VISUAL DI MEDIA SOSIAL PENUNJANG PLATFORM E-COMMERCE ----- 51

A. Format Visual Platform Instagram, TikTok, dan Youtube ----- 51

B. Kampanye Narasi Visual Membentuk dan Membangun Loyalitas Audiens ----- 57

C. Mengelola *Brand Tone* dan Gaya Visual dengan Konsisten ----- 60

DAFTAR PUSTAKA ----- 63

PROFIL PENULIS ----- 71

DAFTAR PUSTAKA

- Anis kurli, Rillia Aisyah Haris, I. S. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Komoditi Unggulan Kabupaten Sumenep* (Imam Hidayat (ed.); 1st ed., Issue Maret). Wiraraja Press.
<https://repository.wiraraja.ac.id/id/eprint/4897>
- Anis Kurli, S.I.K., M.Med.Kom, Dr. Rillia Aisyah Haris, S.AP., M.AP., Fauzi Helmi, S.Kom., M.Kom., Deny Fardiansyah Putra, S.I.Kom., M. I. K. (2025). Inovasi Pemasaran Digital untuk Komoditi Unggulan Pertanian. In *Buku Referensi*.
<https://doi.org/https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=17261604628331820109&btnI=1&hl=id>
- Bintang, K., & Simangunsong, A. (n.d.). Penerapan desain grafis sebagai media promosi bagi pt. Colar creativ industri bagian colar living Creativ Industri bagian Colar Living ". 69–84.
- Boy Sohmo Banurea, Totok Pujiyanto, & Selly Harnesa Putri. (2023). Perancangan Desain Kemasan Colenak Murdi Putra Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 54–61.
<https://doi.org/10.25105/jti.v13i1.17514>

- Dewi, N. K. T., Mandira, I. M. C., Kusuma, P. S. A. J., & Wijaya, G. C. (2023). Pembuatan Design Logo Dalam Penunjang Umkm "Entil" Makanan Khas Desa Penatahan. *Abdimas Galuh*, 5(1), 617. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i1.9973>
- Dewojati, R. K. W. (2015). Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan. *Imaji*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/imaji.v7i2.6633>
- Ernawati, A., Astuti, E. Z., & Soelistyowati, D. (2023). Menjaga Eksistensi Dharma Boutique Roastery: Eksplorasi Strategi Komunikasi Pemasaran Pabrik Kopi Tertua di Semarang. *Jurnal Riset Komunikasi*, 6(2), 123–139. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v6i2.821>
- Farhatin, N., Pratiwi, F. R., & Farid, F. (2021). Media Instagram sebagai Media Publikasi Karya Mahasiswa DKV ISI Surakarta di Masa Pandemi Covid-19. *Citrawira: Journal of Advertising and Visual Communication*, 2(1), 96–105. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v2i1.3672>
- Febri Annisa, Mochammad Reza Fadli, Novia Suherman, & Ida Farida Adi Prawira. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran melalui TikTok terhadap Minat Beli Konsumen: Studi Literatur. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(1), 14–24. <https://doi.org/10.60036/jbm.v4i1.art2>
- Hariyanto, D. (2016). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Herari, N. (2024). Komunikasi Pemasaran Digital: Analisis Kolaborasi Konten Komedi pada Dua Merek Berbeda di Instagram. 14(1), 59–71.

- Husada, A. D., & Anggrianto, C. (2025). Pengembangan Komik Instagram " Toomis Booncis " Bertemakan Leisure bagi Remaja. 25(1), 1–11.
- I Kadek Dwipayana, Ni Luh Desi In Diana Sari, & Eldiana Tri Narulita. (2022). Perancangan Ilustrasi Sebagai Pendukung Visual Branding Dan Promosi Kopi Nini Di Dados Desain. *Perancangan Ilustrasi Sebagai Pendukung Visual Branding Dan Promosi Kopi Nini Di Dados Desain*, 1(1), 1–7.
- Kurli, A., Anugerah, A. D., H., Putra, D. F., & Riady, R. (2024). Pelatihan Desain Grafis untuk Membekali Siswa SMKN 1 Kalianget Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran. *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 19–29. <https://doi.org/10.24929/abhakte.v2i1.3457>
- Kurli, A., Haris, R. A., Syafriyani, I., Sari, R. P., Putri, P. V., Riady, R., & Wiraraja, U. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Kelompok Tani Rubaru dalam Meningkatkan Penjualan Bawang Merah sebagai Komoditi Unggulan Kabupaten Sumenep. 7, 28–44. <https://jurnalrisetkomunikasi.org/index.php/jrk/article/view/956>
- Kurli, A., Hidayat, H., Hidayat, I., Zarnuji, Z., & Norrahman, R. (2024). Visualization of the Values of the AL Anwar Islamic Boarding School to Improve the Personal Qualities of Santri. *Jurnal Komunikasi*, 18(1), 82–94. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v18i1.24431>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen*

Komunikasi, 3(1), 18.
<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>

- Lahtinen, N., Pulkka, K., Karjaluoto, H., & Mero, J. (2023). Digital marketing strategy. In *Digital Marketing Strategy* (Issue October). <https://doi.org/10.4337/9781035311316>
- M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.
- Mashuri, C., Permadi, G. S., & Vitadiar, T. Z. dkk. (2022). *Buku Ajar: Literasi Digital*.
- Ningsih, I. W., Widodo, A., & Asrin, A. (2021). Urgensi kompetensi literasi digital dalam pembelajaran pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 8(2), 132–139.
<https://doi.org/10.21831/jitp.v8i1.35912>
- Novita, D., & Sari, N. (2019). Evaluasi Pemanfaatan Mobile Marketing Berbasis Android Dengan Menggunakan Metode Buyer Blackbox Pada Perusahaan Retail Di Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan KALUNI*, 2(2), 118–131.
<https://doi.org/10.30998/prokaluni.v2i0.29>
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., Salma, L., & Postha, A. K. R. (2023). Pengaruh penggunaan warna pada desain kemasan makanan khas daerah terhadap persepsi konsumen. *Sniv: Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, 2(1), 174–180.
- Purnamasari, I., Winarno, A., Irawan, D., Aruna, A., & Surya, E. P. (2023). Pengembangan Brand Guideline Merk Industri Susu Lokal. *CARRADE: Journal Pengabdian Masyarakat*, 6, 68–78.

- Purnamasari, K. P., Deta, R. R. P., Fernandes, P., & Prawiromaruto, I. G. (2024). Perancangan Logo sebagai Bagian dari Brand Identity UMKM "Laris Rest Area" dengan Pendekatan Semiotika. *Nirmana*, 24(1), 48–59. <https://doi.org/10.9744/nirmana.24.1.48-59>
- Rabbani, D. B., Desak, N., Santi, M., Sari, Y. P., Haryanti, I., Santoso, M. H., & Ardani, W. (n.d.). *Komunikasi pemasaran*.
- Razak, N., Andi satna, D., & Mayasari, D. (2016). Balai Pengkajian Teknologi Pertanian [BPTP] Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 1–28.
- Rianto, P. (2019). Literasi Digital Dan Etika Media Sosial Di Era Post-Truth. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 24. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.24-35>
- Rio Kurniawan, S.I.Kom., M.I.Kom., Fajar, S.HI., Anis Kurli, S.I.K., M. M. K. (2025). *Manajemen komunikasi digital berbasis blue economy* (Issue January). Lingkar Edukasi Indonesia. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=LJs8Bj8AAAAJ&citation_for_view=LJs8Bj8AAAAJ:olpn-zPbct0C
- Sakir, M., Komunikasi, F. I., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2025). Personal Branding Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Community Awareness Terhadap Isu Lingkungan. 25(1), 41–50.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV SAH MEDIA, Makassar* (Vol. 3).

- Santoso, C. F. (2023). Perkembangan Penelitian Tipografi: Kajian Bibliometrik. *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(2), 158–167. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i2.1307>
- Setiawan, D., Sadiyyah, Z. N., Putri, C. K., Komunikasi, F., Informatika, U., & Bandung, K. (2024). Optimalisasi Identitas Visual Logo Untuk Meningkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk UMKM di Co-Working Space Kecamatan Coblong, Kota Bandung. 1(2), 131–136.
- Setya, I., Jayanti, D., Kusumawardhani, A., Administrasi, M., & Vokasi, S. (2023). Social Media Marketing Melalui Tiktok Sebagai Sarana Pemasaran Produk Umkm Fashion "Tulus Signature" Dan "Ghaffa the Label." *Noctis*, 02(01), 16–29. <https://journal.uns.ac.id/noctis/index>
- Supriadi, Y. N., Marzuki, F., Ariani, N., Resti, A. A., Argo, J. G., Aryani, L., Mardiatmi, B. D., Wadu, R. M. B., Matondang, N., & Pusporini. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran di Era Digital* (Issue January 2022). www.penerbitdeepublish.com
- Surya, S. N. (2018). Perancangan Visual Brand Identity Montera Coffee. 8(2), 33.
- Wijoyo, H., Haudi, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. F. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus). *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169–175. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/778>
- Wiraraja, Z., Andiriyanto, A., & Suharyanto, D. F. (2023). Video Dokumenter Penggunaan Media Online pada Waria di

Kecamatan Sapeken Mengonsumsi Suplemen Kulit.
Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia, 7(01), 87–102.
<https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v7i01.910>

PROFIL PENULIS



Anis Kurli, S.I.K., M.Med.Kom, Lahir di Kabupaten Sumenep Provinsi Jawa Timur pada Tanggal 25 Januari 1991. Riwayat Pendidikan dimulai dari MI Al Anwar Gadu Barat Ganding (1999), dilanjutkan pada jenjang SLTP yaitu di MTS Al Anwar Gadu Barat Ganding (2005), dan melanjutkan pada jenjang SLTA di MA Al Anwar Gadu Barat Ganding (2008), kemudian melanjutkan ke jenjang S1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura (2011). Penulis kemudian menempuh Pendidikan S2 Media dan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya (2018). Riwayat pekerjaan penulis dimulai pada tahun 2014 bekerja di Litbang Kompas Jawa Timur, tahun 2015 Wartawan Jawa Pos Radar

Madura, tahun 2018 Pendamping PKH Kabupaten Sumenep, dan sejak tahun 2021 sampai dengan sekarang menjadi Dosen tetap pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiraraja, sekaligus sebagai Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual sampai dengan sekarang, dan saat ini merupakan anggota aktif Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual Indonesia (AsproDKVI).



Deny Feri Suharhyanto, S.I.K., M.I.Kom, Lahir di Kabupaten Sumenep Provinsi Jawa Timur pada Tanggal 08 Desember 1991. Riwayat Pendidikan dimulai dari SDN PABIAN IV (1997), dilanjutkan pada jenjang SLTP yaitu di SMPN 1 Sumenep (2004), dan melanjutkan pada jenjang SLTA di SMAN 2 Sumenep (2007), kemudian melanjutkan ke jenjang S1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu

Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura (2010). Penulis kemudian menempuh Pendidikan S2 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung (2015). Riwayat pekerjaan penulis sekarang Dosen tetap pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiraraja, dari tahun 2021 sampai dengan sekarang, dan saat ini merupakan anggota aktif Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual Indonesia (AsproDKVI).



Imam Hidayat. S.AN.,M.AP. Lahir di Kabupaten Sumenep Provinsi Jawa Timur pada tanggal 27 Desember 1991. Riwayat Pendidikan dimulai dari SDN Bilangan, dan dilanjutkan pada jenjang SLTP yaitu di SMPN 3 Sumenep, kemudian melanjutkan pendidikan di SMKN 1 Sumenep. Pada jenjang strata 1 ditempuh di Universitas Wiraraja Prodi Administrasi Negara Fakultas

Ilmu Administrasi (2010). penulis kemudian melanjutkan pendidikan S2 di Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan sedang menempuh S3 pada doktoral Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Riwayat pekerjaan penulis dimulai dari tenaga kependidikan pada satuan kerja Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Universitas Wiraraja tahun 2015, sebagai HUMAS Universitas Wiraraja pada tahun 2016, dan Sekretaris Wakil Rektor 3 pada tahun 2019. Dan sejak tahun 2019 sampai sekarang Penulis menjadi Dosen tetap pada program studi administrasi publik sekaligus menjadi Ketua Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiraraja, dan Sampai saat ini aktif sebagai anggota dan pengurus Indonesian Association for Public Administration (IAPA) Wilayah Jawa Timur



Andika Priyas Prayoga. Lahir di Kabupaten Sumenep, Provinsi Jawa Timur pada tanggal 8 September 2005. Riwayat pendidikan dimulai dari SDN Kalianget Timur 8, kemudian melanjutkan ke SMPN 2 Kalianget, dan SMKN 1 Kalianget pada jurusan Multimedia. Saat ini penulis merupakan mahasiswa aktif Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Ilmu Sosial

dan Ilmu Politik Universitas Wiraraja Madura. Sejak masa sekolah hingga perguruan tinggi, penulis telah aktif dalam berbagai kegiatan di bidang kreatif dan media digital. Pengalaman profesional dimulai pada tahun 2022 sebagai konten kreator dan desainer media sosial di lingkungan sekolah. Tahun 2023, penulis menjadi staf dokumentasi dan desain konten di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Kabupaten Sumenep, serta menjadi content creator untuk usaha kuliner. Pada tingkat universitas, penulis aktif dalam tim media sosial Himpunan Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (HMP-DESKOMVIS) dan juga menjadi bagian dari tim produksi media komunitas DKVedia Fakultas FISIP Universitas Wiraraja. Fokus utamanya adalah produksi konten visual, baik untuk promosi, edukasi, maupun dokumentasi kegiatan. Penulis memiliki ketertarikan besar di bidang desain visual, videografi, serta komunikasi digital, dan terus mengembangkan keterampilan untuk menunjang profesi di masa depan.



Alan Nuril Mubin, lahir di Sumenep, 13 Desember 2003. Riwayat pendidikan dimulai dari SDN Pajagalan 1 Sumenep (2010-2016), SMPN 1 Sumenep (2016-2019), SMAN 2 Sumenep (2019-2022) dan sedang menempuh S1 Program Studi Desain Komunikais Visual (DKV) di Universitas Wiraraja Madura (2022-sekarang). Anggota aktif pada organisasi kemahasiswaan, khususnya di dalam Himpunan Masyarakat Program Studi Desain Komunikasi Visual (HMP DESKOMVIS) pada periode 2022-2023.