

Analisis Proses Kreatif dalam Pembuatan Konten Interaktif di Media Sosial Instagram Majalah Sunday

Salwa Salsabilla Ridwan¹, Wulan Purnama Sari^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: salwa.915180199@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: wulanp@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 15-12-2021 revisi tanggal : 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal : 16-01-2022

Abstract

Nowadays, social media has become a vital channel for marketing and communication for companies, organizations, and institutions. One of companies that uses Instagram as their promotion media is @majalahsunday. Starting by distributing their printed magazines in the North Jakarta area, Sunday has turned into a digital magazine and taken advantage of social media as a promotion media. There are a few ways to interact with audiences. Using interactive content is one of them. In this study, the writer applies a descriptive qualitative method. This study aims to analyse and describe the creativity of interactive content on Sunday magazine's Instagram social media accounts. The study uses a few supporting concepts; Creativity Theory by Graham Wallas, Brand Awareness, and Brand Engagement. The primary data include observations, documentation, and in-depth interviews conducted with editor in chief of Sunday, a content creator, Sunday's Instagram followers, while the secondary data cover literatures, articles, journals, and websites related to the study. The study reveals that creativity is indeed the key factor in creating content. Sunday considers that creativity is vital to create interactive content so that they can produce content that is interesting and distinct from the other but still maintain the identity of Sunday magazine. In creating interactive content, Sunday magazine has followed creative thinking stage of Graham Wallas' Creativity Theory.

Keywords: brand awareness, brand engagement, creativity, interactive content

Abstrak

Seiring berjalannya waktu, kini media sosial menjadi sebuah saluran pemasaran dan komunikasi yang cukup vital bagi perusahaan bisnis. Salah satu yang menggunakan Instagram sebagai media promosi adalah @majalahsunday. Sunday yang bermula membagikan majalah cetaknya di kawasan Jakarta Utara, kini beralih menjadi majalah digital dan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Ada berbagai macam cara untuk berinteraksi dengan *audiens*, salah satu caranya adalah dengan menggunakan konten interaktif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan kreativitas dari konten interaktif di akun sosial media Instagram majalah Sunday. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan beberapa konsep penunjang yaitu teori Kreativitas oleh Graham Wallas, Brand Awareness, dan Brand Engagement. Data primer dalam penulisan skripsi ini yaitu observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam dilakukan dengan Pemimpin Redaksi majalah Sunday, *content creator*, dan pengikut Instagram majalah Sunday. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi literatur, artikel jurnal, dan situs internet terkait penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kreativitas adalah inti dari pembuatan konten. Dalam pembuatan

konten interaktif, majalah Sunday sudah sesuai dengan teori kreativitas Graham Wallas dalam tahap proses berpikir kreatif.

Kata Kunci: *brand engagement*, kesadaran merek, konten interaktif, kreativitas

1. Pendahuluan

Media sosial adalah istilah yang menggambarkan berbagai teknologi yang digunakan untuk melibatkan orang untuk berkolaborasi, bertukar informasi, dan berinteraksi melalui pesan *web* (Cross, 2013). Seiring berjalannya waktu, media sosial telah menjadi saluran pemasaran dan komunikasi yang penting bagi perusahaan bisnis, organisasi, dan institusi, termasuk politik. (Appel et al., 2020). Perusahaan dapat menggunakan akun media sosial untuk membagikan konten apapun yang dipilih, dan menjangkau siapa saja yang mengunjungi halaman atau profil perusahaan. Menurut (Kotler, P., & Keller, 2016) aktivitas *online* dan program dirancang untuk melibatkan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung dapat meningkatkan kesadaran, meningkatkan citra, atau memperoleh penjualan produk maupun jasa.

Ada berbagai macam platform media sosial yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk memasarkan produknya, dimulai dari Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, hingga Instagram. Instagram menjadi salah satu pilihan terbaik untuk mempromosikan sebuah brand karena memiliki banyak pengguna. Sri Widowati selaku *Country Director* Facebook Indonesia mengatakan bahwa, 80% pengguna Instagram mengikuti setidaknya satu atau lebih akun bisnis. Di Indonesia, tercatat jumlah pengguna Instagram hingga Juli 2021 sebesar 93 juta pengguna (Statista, 2021). Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai pengguna media sosial Instagram paling banyak di dunia. Melihat dari presentase angka yang cukup besar, sehingga banyak perusahaan memanfaatkan Instagram sebagai salah satu sarana memasarkan *brand*. Salah satu perusahaan yang menggunakan Instagram sebagai media promosi adalah @majalahsunday. Majalah Sunday adalah nama perusahaan majalah gratis bulanan yang membagikan majalahnya ke-45 sekolah yang ada di kawasan Jakarta Utara, dalam bentuk majalah cetak. Namun sejak adanya pandemi COVID-19, majalah Sunday tidak membagikan majalahnya secara cetak lagi, tetapi lebih memfokuskan kepada kanal digital dan membagikan konten - konten yang inovatif, kreatif, dan informatif.

Perusahaan yang berdiri pada tahun 2009 ini memiliki visi dan misi yang unik dan tidak biasa seperti majalah remaja lainnya. Sunday ingin membuat konsumsi media yang lebih positif untuk kaum muda dengan memperkenalkan sebuah media baru berkonsep "*no celebrity, no gossip*". Artikel dan bahasan yang diunggah pun mengangkat topik-topik menarik, dikemas dengan gaya ringan, dan hanya memuat hal-hal relevan yang terjadi pada remaja sehingga bermanfaat bagi para pembacanya.

Semakin banyaknya perusahaan yang menggunakan Instagram sebagai media promosi, maka persaingan semakin ketat pula. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus memiliki kreatifitas agar lebih unggul dari pesaing lainnya. Ada berbagai macam cara untuk menarik konsumen baru, salah satu caranya adalah dengan menggunakan konten interaktif. Majalah Sunday kerap membagikan konten interaktif agar dapat berinteraksi langsung dengan pengikutnya. Konten interaktif sendiri adalah sebuah konten dimana audiens tak hanya pasif membaca, menonton, dan mendengarkan tetapi dapat berpartisipasi secara aktif (Brinker, n.d.). Konten interaktif memiliki keterkaitan dengan teori brand awareness. Brand awareness adalah apabila konsumen

berhasil mengenal suatu brand. Dengan kata lain, apabila konten interaktif mendapatkan umpan yang baik dari konsumen, maka perusahaan memiliki keuntungan untuk meningkatkan eksposur.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Analisis Proses Kreatif dalam Pembuatan Konten Interaktif di Media Sosial Instagram Majalah Sunday”.

2. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2016) penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian dengan cara mengeksplorasi maupun memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok manusia yang timbul dari masalah-masalah sosial.. Penelitian mengenai kreativitas konten interaktif di media sosial majalah Sunday ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data-data penelitian (Arikunto, 2013). Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif, lalu metode dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Merriam & Tisdell (Merriam, S. B., & Tisdell, 2015) studi kasus adalah sebagai diskripsi dan analisis mendalam dari *bounded system*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode studi kasus. Penulis akan memberikan uraian dari strategi yang dilakukan Sunday dalam meningkatkan brand awareness dan bagaimana Sunday mengelola akun Instagram dengan menyalurkan kreativitas kemudian mengolahnya menjadi konten interaktif.

Subjek Penelitian adalah memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahan (Arikunto, 2016). Sedangkan menurut Supriyati (Supriyati, 2015) pengertian objek penelitian adalah : “Variabel yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian yang dilakukan”. Subyek penelitian penulis adalah content creator Instagram majalah Sunday, owner sekaligus Kepala Redaksi majalah Sunday, dan pengikut Instagram majalah Sunday. Kemudian, objek dari penelitian ini adalah kreativitas konten kreatif di Instagram majalah Sunday.

Metode pengumpulan data merupakan langkah terpenting saat melakukan penelitian. Peneliti yang sedang melakukan penelitian, tidak akan bisa mendapatkan data yang diinginkan jika peneliti tidak mengetahui metode dalam pengumpulan data. Menurut Sudaryono (2017) metode pengumpulan data adalah metode atau teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik pengolahan dan analisis data Menurut Spradley dalam Satori dan Komariah (2013) analisis dalam penelitian jenis apapun merupakan cara berpikir. Pada tahap terakhir yaitu tahap kesimpulan atau verifikasi, penulis dapat menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi. Dari kesimpulan ini, akan didapatkan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Majalah Sunday adalah majalah gratis bulanan untuk pelajar SMA khususnya di Jakarta Utara kawasan Kelapa Gading. Namun kini karena adanya pandemi COVID-19, Sunday beralih dari majalah cetak menjadi majalah digital, sehingga siapa pun dapat mengakses majalah Sunday dengan mudah. Bahasan dari majalah Sunday mengangkat kreativitas dan topik-topik cerdas, dikemas dengan gaya ringan. Untuk membedakan majalah Sunday dengan majalah remaja lainnya, Sunday memiliki ciri khas yaitu membahas masalah-masalah yang relevan terjadi pada remaja. Dalam pembuatan konten, majalah Sunday dibantu oleh *content creator*. *Content creator* memiliki tugas untuk membuat suatu konten baik dalam berupa tulisan, gambar ataupun *video*, yang nantinya akan diunggah di sebuah media. Sebelum membuat sebuah konten, *content creator* memiliki tugas untuk melakukan penelitian untuk mengumpulkan ide dan data serta membuat konsep untuk digunakan sebagai konten. Setelah konsep ditetapkan, *content creator* membuat konten yang sesuai dengan identitas dan *branding* sesuai merek. Tolak ukur dari keberhasilan suatu konten adalah apakah konten yang dibuat telah sesuai dengan audiens atau belum, tetapi karena sekarang tidak bisa mengontrol audiens di media sosial, Sunday sekarang lebih berfokus kepada performa konten mingguan yang berada di media sosial Instagram majalah Sunday.

Setiap minggunya, majalah Sunday selalu mengadakan rapat redaksi. Dalam rapat redaksi, rapat akan membahas pekerjaan yang akan dilakukan selama seminggu ke depan, melaporkan progress pekerjaan yang telah dilakukan tim, dan mengevaluasi pekerjaan yang telah dilakukan sebelumnya. Saat diadakannya evaluasi, seluruh anggota tim akan diminta untuk merespon dan mengutarakan ide-idenya, sehingga rapat tak hanya satu arah, dan mendiskusikan ide-ide tersebut. Olivia juga menyarankan tim untuk melihat Google Trend untuk menambah wawasan dan mempelajari berita apa yang sedang banyak dicari. Biasanya setelah sudah menemukan sebuah ide, ide itu akan disaring kembali apakah sudah sesuai dengan identitas majalah Sunday atau belum. Jika ide tersebut sudah sesuai dan telah matang dipersiapkan, kemudian akan diarahkan apa yang harus dilakukan selanjutnya. Dalam membuat konten di majalah Sunday, ada tahap dimana dimulai dari persiapan, lalu mengembangkan ide, membuat konten, hingga tahap verifikasi atau persetujuan dari pemimpin redaksi. Sehingga semua pembuatan konten dibuat secara teratur mengikuti alur yang telah ditentukan.

Kreativitas dalam Pembuatan Konten Interaktif

Kreativitas adalah proses mental pada setiap individu. Konten menarik dan orisinal biasanya lahir dari ide-ide kreatif. Tidak hanya harus menarik, tetapi juga harus selaras dengan tujuan bisnis. Maka dari itu, promosi konten yang dibuat bisa sukses dan sesuai dengan target. Kreativitas memang menjadi kunci utama untuk menghasilkan suatu konten. Menurut Kepala Redaksi majalah Sunday, dalam pembuatan konten interaktif tentu harus memiliki kreativitas agar dapat menghasilkan sebuah konten yang berbeda dari yang lainnya, karena sekarang banyak sekali opsi di media dan media membanjiri dengan berbagai informasi. Sehingga jika ingin bisa bersaing di industri ini kreativitas sangatlah penting.

Proses berpikir kreatif berdasarkan teori Graham Wallas memiliki empat tahap, yaitu persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi (Sadler-Smith, 2015):

1) Persiapan (*Preparation*)

Setiap kreativitas pasti dimulai dengan tahap persiapan. Menurut Graham Wallas, ini adalah tahap awal dimana manusia mengumpulkan informasi

terlebih dahulu dengan cara mempelajari dari kehidupannya. Persiapan juga bisa dilakukan dengan menyelidiki masalah yang akan dipecahkan, mencari jawaban, menanyakan kepada orang lain, dan sebagainya. Pada tahap pembuatan konten, *content creator* di majalah Sunday akan merundingkan bersama terlebih dahulu saat rapat mingguan, dan membuat *content planner* atau rencana konten, sekiranya apa saja konten yang akan diunggah ke laman Instagram majalah Sunday ke depannya.

2) Inkubasi (*Incubation*)

Pengeraman terhadap persoalan itu untuk suatu jangka waktu dalam alam pra-sadar, tahap di mana individu seakan – akan melepaskan diri untuk sementara dari masalah tersebut, dalam arti bahwa ia tidak memikirkan masalahnya secara sadar. Ini merupakan tahapan penting karena proses timbulnya inspirasi merupakan titik awal dari sebuah penemuan atau kreasi baru timbul dalam keadaan ketidaksadaran penuh. Pada tahap ini, *content creator* beristirahat sejenak untuk melepaskan pikirannya dari suatu permasalahan, lalu setelahnya akan mendapatkan ide atau jawaban, untuk menyelesaikan suatu permasalahan tersebut. Cara mengatasi untuk menyelesaikan suatu permasalahan dan sulit menemukan ide adalah dengan beristirahat, dan tidak usah terlalu memaksakan untuk berpikir. Dalam masa inkubasi seperti ini *content creator* Sunday biasanya sambil membuka YouTube atau media sosial lainnya, biasanya dari sinilah ia mendapatkan ide.

3) Iluminasi (*Illumination*)

Iluminasi adalah tahap timbulnya insight dimana munculnya inspirasi atau gagasan baru untuk memecahkan persoalan. Timbulnya inspirasi untuk memecahkan suatu masalah biasanya dengan melihat referensi dari ide yang sebelumnya telah ada, dan menjadikannya sebagai sebuah referensi untuk memecahkan permasalahan, dan membuat karya. Sebagaimana yang dituturkan oleh *content creator* Sunday saat mencari inspirasi untuk membuat sebuah konten interaktif, karena konten interaktif sudah banyak yang menerapkan, dari sanalah terkadang bisa dijadikan referensi dan inspirasi untuk menemukan ide, yang kemudian disesuaikan dengan target audiens majalah Sunday, dan tentunya sudah disesuaikan juga dengan ciri khas majalah Sunday. Selain itu, bisa juga mencari ide dengan melihat dari sesuatu hal yang sedang viral, seperti yang dilakukan *content creator* Sunday saat mencari ide untuk membuat konten interaktif. Biasanya ia mencari tahu dari Google Trend untuk mencari tahu apa yang sedang viral, karena menurutnya isu yang paling mudah dibahas itu adalah isu yang sedang viral atau yang *relate* dengan *followers* Sunday, sehingga *engagement* yang didapatkan juga akan tinggi.

4) Verifikasi (*Verification*)

Akhirnya pada tahapan ini, untuk menguji apakah ide tersebut *valid* atau tidak. Perwujudan karya kreatif untuk diteruskan kepada publik setelah perbaikan dan penyempurnaan terhadap karya. Pada fase verifikasi, berpikir dan keterampilan memainkan peran penting. Kemampuan dan keterampilan berpikir dapat mengajarkan seseorang tentang kemampuan untuk mengelola, dan menggabungkan ide, atau gagasan yang berkembang, menjadi sesuatu yang menarik, inovatif, baru dan unik.. Seperti yang dituturkan oleh Michelle, dimana setiap membuat konten harus melalui tahap verifikasi oleh Supervisor atau Kepala Redaksi untuk terbit di laman Instagram majalah Sunday, jika

konten masih ada kekurangan maka akan diperbaiki terlebih dahulu, dan jika ide konten telah mendapatkan persetujuan, di keesokan harinya timnya akan menulis kan materinya. Setelah itu konten akan di periksa kembali oleh Olivia, dan jika sudah setuju, Michelle dan tim akan memberikan kontennya ke tim editor, setelah diedit kemudian di review kembali oleh Olivia, apakah sudah benar atau belum, dan jika sudah benar, konten siap diunggah. Konten yang telah diunggah seminggu kemudian akan dievaluasi bersama saat sidang redaksi untuk melihat insight.

Media Sosial Majalah Sunday

Media sosial adalah media berbasis internet yang memberi kesempatan bagi pengguna untuk berinteraksi dan menampilkan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak, yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain (Carr & Hayes, 2015). Kini media sosial semakin bervariasi, tidak hanya sebatas alat yang digunakan untuk komunikasi, tetapi juga menjadi wadah yang digunakan untuk tujuan bisnis. Banyak yang menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi karena lebih efektif, terjangkau, mencakup wawasan yang luas, dan juga dapat diakses dengan mudah darimana saja, kapan saja, dan dari berbagai kalangan umur (Darmawan et al., 2019). Majalah Sunday mempromosikan produknya melalui beberapa platform media sosial, salah satunya adalah Instagram. Sunday memilih Instagram sebagai salah satu media sosial untuk mempromosikan majalah Sunday, karena menurut Kepala Redaksi majalah Sunday, jika Instagram diibaratkan sebagai *mall*, Instagram adalah tempat yang ramai pengunjung, sehingga majalah Sunday merasa perlu hadir di Instagram untuk meningkatkan *brand awareness*.

Konten biasanya banyak diminati karena berisi informasi yang disesuaikan dengan keinginan audiens. Namun, masih banyak konten yang belum banyak mendapat perhatian. Oleh karena itu, konten interaktif hadir sebagai solusi dan diharapkan dapat menarik perhatian dalam persaingan pemasaran. Konten interaktif sendiri adalah sebuah konten dimana audiens tak hanya pasif membaca, menonton, dan mendengarkan tetapi dapat berpartisipasi secara aktif (Brinker, n.d.). Bentuk konten interaktif cukup beragam, ada *QnA*, *polling*, *games*, *giveaway*, kuis, Instagram *live*, hingga jejak pendapat dan *survei*. Majalah Sunday juga sering mengunggah konten interaktif, berikut diantaranya beberapa konten interaktif yang dibuat oleh majalah Sunday:

- 1) *Games*, ini bertujuan untuk bersenang-senang dengan pengikut Instagram majalah Sunday, sekaligus untuk mendekatkan majalah Sunday dengan *followers*. Biasanya *games* atau tantangan yang dibuat oleh Sunday akan meminta pengikut untuk menandai atau tag beberapa teman pada kolom tag 3 friends. Ini mendorong pengikut untuk terlibat dengan konten yang dibuat oleh Sunday dan berbagi konten majalah Sunday kepada orang lain, sehingga konten game ini bisa menjadi sarana promosi dan memperkenalkan Sunday kepada audiens yang sebelumnya tidak mengetahui majalah Sunday, jadi mengetahui majalah Sunday.
- 2) *Polling*, Instagram memiliki fitur *polling* yang biasanya digunakan untuk mengajukan pertanyaan dan melihat hasil pilihan jawaban dari pengikut Instagram. Sebagai contoh, menanyakan makanan apa yang lebih disukai, mana barang atau benda yang lebih bagus atau kondisi seperti apa

yang lebih baik. Fitur ini sangat berguna untuk mengetahui apa yang mayoritas lebih disukai oleh *followers* Instagram majalah Sunday.

Gambar 1. Konten Interaktif di Instagram Story Majalah Sunday



Sumber: Instagram Majalah Sunday

- 3) *Giveaway*, membagikan hadiah dengan syarat tertentu. Pada konten giveaway biasanya menanyakan sebuah pertanyaan atau kuis, dan pengikut akan diminta menjawab pertanyaannya dengan benar, yang kemudian akan diundi untuk mengetahui siapa pemenangnya. Dalam wawancara dengan Kepala Redaksi Sunday, ia mengatakan bahwa Sunday memiliki prinsip untuk tidak memberikan hadiah dalam bentuk uang, dan hadiah besar lainnya, tetapi memberikan stationery atau peralatan sekolah, kepada pemenang giveaway. Alasannya karena giveaway yang diadakan Sunday hanya untuk bersenang-senang dengan pengikut majalah Sunday, dan giveaway dilakukan hanya jika ada event tertentu.
- 4) *QnA*, sesi *question and answer* atau biasa disebut *QnA*. Salah satu bentuk *QnA* di majalah Sunday ini hadir sebagai sesi curhat. Pada sesi ini pengikut majalah Sunday akan membagikan kisahnya, yang kemudian akan ditanggapi oleh pengikut majalah Sunday lainnya.

Dalam pembuatan konten interaktif ini, konten interaktif diharapkan dapat membangun keterikatan antara pengikut Instagram dengan *brand*. Selain konten interaktif, Sunday juga memiliki konten utama yang membahas *mental health*, *sex education*, dan tips belajar. Berikut diantaranya konten utama majalah Sunday:

1) *Mental Health*

Dalam konten ini Sunday membahas tentang mental health atau fenomena psikologi yang *relate* dengan pembaca Sunday. Seperti bahasan mengenai apa itu *toxic friendship* dan bagaimana cara menghadapinya, lalu apa itu *burnout academic* atau kelelahan akademik, dan bagaimana cara mengatasinya, dan masih banyak lagi.

2) *Sex Education*

Sebenarnya, walaupun topik ini sering dianggap tabu, remaja tetap perlu menerima edukasi mengenai hal ini. Ini diperlukan agar remaja mengetahui bagaimana perilaku seksual yang sehat, serta mencegah akan terjadinya pelecehan seksual. Oleh karena itu Sunday membahas topik ini dalam konten utamanya. Konten yang dibagikan mengenai topik ini pun beragam, seperti bagaimana cara mengendalikan pikiran agar terhindar dari pikiran kotor, lalu pengertian apa itu seksisme dan bagaimana cara menanggapi, dan lain lain.

3) Tips Belajar

Ada berbagai macam cara agar efektif saat belajar. Namun, masih banyak orang yang belum maksimal saat pelaksanaannya. Maka dari itu, Sunday kerap membagikan beberapa tips belajar untuk pembaca majalah Sunday agar dapat memaksimalkan hasil belajarnya. Tips yang dibagikan seperti bagaimana cara mengafal dengan cepat untuk membantu mengingat pelajaran, tipe belajar yang sesuai dengan diri, mengenal bakat diri, dan lain-lain. Tips belajar lainnya yaitu untuk membantu dalam pembuatan tugas sekolah, seperti tips membuat presentasi tugas agar lebih menarik, rumus-rumus Microsoft Excel, dan *shortcut* Microsoft Word.

Konten Interaktif dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dan *Brand Engagement*

Untuk dikenal oleh kalangan yang lebih luas, bisa dimulai dengan meningkatkan *brand awareness* atau kesadaran merek. Kesadaran merek adalah kemampuan bagi sebuah merek untuk muncul dalam benak seseorang, ketika seseorang sedang memikirkan suatu produk dan seberapa mudah merek tersebut untuk diingat kembali (Kotler & Keller, 2012). Dengan kata lain, apabila konten interaktif mendapatkan umpan yang baik dari konsumen, maka perusahaan memiliki keuntungan untuk meningkatkan eksposur. Maka dari itu, sebuah konten sangat berperan besar dalam memperkenalkan brand kepada publik. Kepala Redaksi majalah Sunday mengatakan bahwa konten interaktif bisa meningkatkan *brand awareness*. Majalah Sunday kerap membuat *mini games* di Instagram *story*, dengan niat untuk memancing audiens.

Brand engagement atau keterlibatan merek adalah tingkatan individu seorang konsumen yang berubungan dengan merek dan pemikiran yang bergantung pada konteks yang dikarakteristikan oleh tahapan spesifik yaitu kognitif, emosional dan perilaku tertentu di mana konsumen berinteraksi langsung dengan merek (Hollebeek, 2011). Berinteraksi langsung dapat meningkatkan keterikatan antara pengguna dengan merek, sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan merek. Salah satu konten interaktif yang ada di majalah Sunday yaitu sesi curhat dan *QnA*.

4. Simpulan

Berdasarkan observasi dan wawancara yang penulis lakukan mengenai analisis kreativitas konten interaktif di media sosial Instagram majalah Sunday, penulis menyimpulkan bahwa, dalam membuat konten interaktif tentunya harus memerlukan kreativitas dengan mengembangkan ide-ide kreatif. Sunday menganggap kreativitas penting saat membuat konten interaktif agar dapat menghasilkan sebuah konten yang menarik dan berbeda dari yang lainnya, tetapi

tetap mempertahankan identitas majalah Sunday. Adapun saat pembuatan konten interaktif, majalah Sunday sudah sesuai dengan teori kreativitas Graham Wallas dalam tahap proses berpikir kreatif, dimulai dari tahap persiapan, inkubasi, iluminasi, sampai tahap verifikasi.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta semua pihak yang turut membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1). <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Brinker, S. (n.d.). *What Is Interactive Content*. Ion.Rockcontent.Com. <https://ion.rockcontent.com/resources/what-is-interactive-content/>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1). <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Pustaka Belajar.
- Cross, M. (2013). *Social Media Security: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk*. Elsevier.
- Darmawan, M., Setyanto, Y., & Aulia, S. (2019). Analisis Promosi Goffee Indonesia Di Instagram. *Prologia*, 3(1). <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6238>
- Hollebeek, L. D. (2011). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. In *Journal of Marketing Management* (Vol. 27, Issues 7–8). <https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.500132>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. (Global Edi). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. Jossey-Bass.
- Sadler-Smith, E. (2015). Wallas' Four-Stage Model of the Creative Process: More Than Meets the Eye? *Creativity Research Journal*, 27(4). <https://doi.org/10.1080/10400419.2015.1087277>
- Satori, D., & Komariah, A. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Statista. (2020). *Leading countries based on Instagram audience size as of July 2020*. Statista - The Statistics Portal.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Press.
- Supriyati. (2015). *Metodologi Penelitian*. Labkat Press.