

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran konten kreatif dalam meningkatkan engagement dan minat beli pada akun TikTok YMG Shop. Seiring dengan pesatnya perkembangan media sosial, khususnya TikTok, sebagai saluran pemasaran, konten kreatif telah menjadi faktor penting dalam menarik perhatian audiens dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data melalui survei kepada pengikut akun TikTok YMG Shop. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk menilai pengaruh konten kreatif terhadap tingkat interaksi dan minat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang mengedepankan *storytelling*, *visual* menarik, dan interaksi aktif dengan *audiens* dapat meningkatkan *engagement* secara signifikan.

Selain itu, sentimen positif yang muncul dari audiens juga berkontribusi besar terhadap minat beli, dengan respons positif memperbesar peluang konversi menjadi pelanggan. Kesimpulannya, konten kreatif yang dirancang dengan baik memiliki potensi untuk memperkuat *engagement* dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi pelaku bisnis dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif melalui TikTok.

Kata kunci: Konten Kreatif, *Engagement*, Minat Beli, TikTok, Pemasaran Digital

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of creative content in increasing engagement and purchase interest on the YMG Shop TikTok account. With the rapid growth of social media, especially TikTok, as a marketing channel, creative content has become a key factor in attracting audience attention and influencing purchasing decisions.

Using a qualitative approach, this research collects data through surveys from followers of the YMG Shop TikTok account. The data obtained is then analyzed to assess the impact of creative content on engagement and consumer purchase interest.

The results show that content emphasizing storytelling, attractive visuals, and active interaction with the audience significantly increases engagement. Additionally, positive sentiment from the audience also plays a major role in boosting purchase interest, with positive responses increasing the likelihood of conversion into customers.

In conclusion, well-designed creative content has the potential to strengthen engagement and influence consumer purchase decisions. These findings provide valuable insights for businesses in designing more effective marketing strategies through TikTok.

Keywords: *Creative Content, Engagement, Purchase interest, TikTok, Digital Marketing*