Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (3) 2025, Page: 36885-36890

Strategi Konten Kreatif Social Media untuk Komunikasi Publik Instagram @pusdiklatanri

M. Farhan[1], Burhanuddin[2], Al - May Abyan Izzy Burhani[3]
[1.2]Sekolah Vokasi IPB University
Corresponding Author: M. Farhan, e-mail: mochfarhan0822@gmail.com

Published: December , 2025

ABSTRAK

Transformasi digital mendorong lembaga pemerintah untuk mengadaptasi strategi komunikasi publik yang lebih visual, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat. Instagram, khususnya melalui fitur Reels, menjadi salah satu medium strategis dalam menyampaikan informasi publik karena memiliki jangkauan luas dan tingkat keterlibatan audiens yang tinggi. Penelitian ini membahas strategi konten kreatif pada akun Instagram @pusdiklatanri dengan fokus pada perancangan desain cover reels dan penerapan teknik editing video sebagai elemen utama komunikasi visual. Pembahasan diarahkan pada bagaimana konsistensi identitas visual, kesederhanaan pesan, serta pengelolaan alur visual video berkontribusi terhadap efektivitas penyampaian informasi publik dan penguatan citra kelembagaan. Analisis menunjukkan bahwa desain cover reels yang konsisten dengan identitas institusi, didukung tipografi yang jelas dan hierarki visual yang terstruktur, berperan sebagai pintu awal perhatian audiens. Sementara itu, teknik editing video yang ringkas, informatif, dan selaras dengan pola konsumsi konten digital mampu mengurangi kompleksitas informasi serta meningkatkan pemahaman audiens. Integrasi antara desain cover dan editing video membentuk narasi visual yang tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif dan kredibel. Dengan demikian, strategi konten kreatif berbasis visual pada Instagram Reels dapat dipahami sebagai instrumen penting dalam memperkuat komunikasi publik lembaga pemerintah di era digital.
Keywords: Konten Kreatif, Instagram Reels, Desain Cover, Editing Video, Komunikasi Publik

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya perubahan mendasar dalam cara kerja komunikasi publik, terutama di lingkungan lembaga pemerintah. Komunikasi yang dulu bersifat satu arah, formal, dan mengandalkan media tradisional kini beralih menjadi model digital yang lebih terbuka, interaktif, dan mengutamakan kebutuhan audiens. Dalam konteks ini, media sosial menjadi saluran strategis bagi lembaga publik untuk menyampaikan informasi, membangun kepercayaan, serta meningkatkan keberadaan institusi di mata masyarakat. Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya dialog yang berkelanjutan antara organisasi dan publik melalui pertukaran konten yang melibatkan partisipasi.

Bagi lembaga pemerintah, penggunaan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi publik yang berperan dalam proses edukasi, transparansi, dan akuntabilitas. Karena itu, strategi komunikasi di media sosial memerlukan pendekatan yang terencana, kreatif, dan menggunakan visual agar pesan bisa diterima dengan baik oleh audiens yang beragam.

Instagram, sebagai platform media sosial berbasis visual, memiliki karakteristik yang sangat sesuai dengan kebutuhan komunikasi publik di era digital saat ini. Dominasi konten visual, khususnya video singkat, menjadikan Instagram sebagai media yang efektif dalam menyampaikan informasi secara singkat, menarik, dan mudah dipahami. Fitur Instagram Reels, yang dirancang untuk membagikan video pendek dengan penyebaran algoritma yang luas, semakin memperkuat peran platform ini sebagai alat komunikasi publik yang strategis.

Namun, tantangan utama bagi institusi pemerintah dalam menggunakan Instagram Reels terletak pada kemampuan menyampaikan informasi yang bersifat formal, edukatif, dan institusional dalam bentuk visual yang menarik tanpa menghilangkan esensi pesan tersebut. Informasi publik sering kali cukup kompleks, sehingga bisa menimbulkan beban berpikir bagi audiens apabila tidak disampaikan dengan strategi visual yang tepat. Dalam hal ini, desain cover video dan teknik pengeditan menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan penyampaian pesan.

Akun Instagram @pusdiklatanri, sebagai wadah komunikasi publik dari Pusat Pendidikan dan Pelatihan Arsip Nasional Republik Indonesia (PPSDM ANRI), memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi terkait pendidikan, pelatihan, serta pengembangan kompetensi di bidang kearsipan. Konten yang diproduksi tidak hanya ditujukan bagi pegawai negeri sipil, tetapi juga bagi masyarakat umum yang membutuhkan informasi terkait kearsipan dan kebijakan publik di bidang tersebut. Oleh karena itu, strategi konten yang diterapkan harus mampu menyatukan kebutuhan informatif, edukatif, dan pembentukan citra institusi secara bersamaan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini fokus pada analisis strategi konten kreatif Instagram @pusdiklatanri, khususnya dalam merancang desain cover reels dan menerapkan teknik pengeditan video sebagai bagian utama dari komunikasi visual. Pendekatan ini penting karena cover reels berperan sebagai kesan pertama secara visual yang menentukan apakah audiens tertarik untuk menonton konten tersebut. Sementara itu, pengeditan video berfungsi mengatur alur informasi, ritme tampilan visual, serta tingkat pemahaman audiens. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara konseptual maupun praktis dalam pengembangan strategi komunikasi publik yang berbasis visual di lingkungan lembaga pemerintah.

STUDI LITERATUR

Media Sosial sebagai Instrumen Komunikasi Publik

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan terjadinya produksi, distribusi, dan pertukaran konten secara partisipatif dan interaktif. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sekumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten oleh pengguna. Dalam konteks komunikasi publik, media sosial memberikan ruang bagi institusi pemerintah untuk membangun dialog dua arah dengan masyarakat.

Cutlip, Center, dan Broom (2012) menekankan bahwa komunikasi publik yang efektif harus mampu membangun pemahaman, kepercayaan, dan dukungan publik. Media sosial memperluas fungsi tersebut dengan memungkinkan penyampaian pesan yang lebih cepat, personal, dan responsif. Mangold dan Faulds (2009) bahkan menyebut media sosial sebagai elemen baru dalam bauran komunikasi yang memengaruhi cara organisasi berinteraksi dengan audiensnya. Bagi lembaga pemerintah, pemanfaatan media sosial harus didasarkan pada prinsip transparansi, akurasi informasi, dan konsistensi pesan. Oleh karena itu, strategi konten kreatif tidak dapat dilepaskan dari kerangka komunikasi publik dan praktik digital public relations.

Instagram Reels sebagai Media Komunikasi Visual

Instagram merupakan platform visual yang menempatkan gambar dan video sebagai medium utama komunikasi. Fitur Reels dikembangkan untuk menjawab tren konsumsi konten video pendek yang bersifat cepat, dinamis, dan mudah dibagikan. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menyatakan bahwa video pendek memiliki tingkat atensi yang lebih tinggi karena sesuai dengan pola konsumsi konten digital masyarakat modern.

Ashley dan Tuten (2015) menemukan bahwa konten visual yang kreatif, autentik, dan relevan secara kontekstual mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan. Dalam konteks komunikasi publik, Instagram Reels dapat berfungsi sebagai alat storytelling visual yang menyederhanakan informasi kompleks melalui narasi audiovisual yang terstruktur. Desain cover reels menjadi elemen penting karena berfungsi sebagai visual representatif konten sekaligus penentu niat audiens untuk menonton. Prinsip desain komunikasi visual—seperti hierarki visual, kontras, konsistensi warna, dan tipografi—harus diterapkan agar pesan utama dapat tersampaikan secara cepat dan efektif.

Desain Komunikasi Visual dan Identitas Institusi

Desain komunikasi visual memiliki peran strategis dalam membangun identitas dan citra organisasi. Keller (2013) menyatakan bahwa konsistensi identitas visual berkontribusi terhadap pembentukan brand equity, termasuk pada organisasi sektor publik. Identitas visual yang konsisten membantu audiens mengenali, mengingat, dan mempercayai sumber informasi.

Dalam konteks desain cover reels, identitas visual institusi diwujudkan melalui penggunaan warna korporat, logo, gaya tipografi, dan komposisi visual yang seragam. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat citra kelembagaan, tetapi juga menciptakan pengalaman visual yang kohesif bagi audiens. Desain yang terlalu kompleks berpotensi mengalihkan fokus dari pesan utama, sehingga prinsip kesederhanaan visual menjadi aspek penting dalam perancangan cover reels.

Editing Video dan Cognitive Load Theory

Cognitive Load Theory (CLT) yang dikemukakan oleh Sweller (1988) menjelaskan bahwa kapasitas memori kerja manusia terbatas, sehingga penyajian informasi harus dirancang untuk meminimalkan beban kognitif yang tidak relevan. Dalam konteks konten edukatif di media sosial, CLT menjadi kerangka teoritis yang penting untuk mengelola kompleksitas informasi.

Penerapan CLT dalam editing video meliputi segmentasi konten, penggunaan teks singkat, visual pendukung yang relevan, serta pengaturan ritme yang seimbang. Mayer (2009) menegaskan bahwa kombinasi teks dan visual yang tepat dapat meningkatkan pemahaman dan retensi informasi. Oleh karena itu, editing video tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis dalam mendukung efektivitas komunikasi publik.

METODE

Penelitian ini dilakukan secara offline di Kantor Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Arsip Nasional Republik Indonesia (PPSDM ANRI) yang berlokasi di Jl. Ir. H. Juanda No.62, RT.01/RW.13, Paledang, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16122. Dilaksanakan pada 1 September 2025 - 20 Desember 2025. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap akun Instagram @pusdiklatanri, observasi dilakukan terhadap konten Instagram @pusdiklatanri untuk mengidentifikasi content pillar, jenis konten, frekuensi posting, dan tingkat engagement. Wawancara mendalam dilakukan dengan pembimbing magang dan tim sosial media yang terlibat dalam pengembangan dan implementasi strategi konten digital @pusdiklatanri. Analisis dokumen mencakup review terhadap dokumen strategi promosi digital, rencana konten, dan laporan performa media sosial. Data yang terkumpul dianalisis untuk mengidentifikasi elemen-elemen strategi kreatif yang telah diterapkan, tingkat keberhasilannya dalam meningkatkan branding dan engagement, serta peluang pengembangan yang ada. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, penulis menggunakan triangulasi data, yaitu membandingkan dan memverifikasi temuan dari berbagai sumber data (observasi, dokumen, dan literatur).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evolusi Strategi Konten Kreatif Instagram @pusdiklatanri

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi konten kreatif pada akun Instagram @pusdiklatanri mengalami perkembangan yang signifikan sejak unggahan reels awal hingga konten terbaru. Pada fase awal pengelolaan reels, konten cenderung bersifat dokumentatif dengan pendekatan visual yang sederhana dan belum memiliki pola desain cover yang konsisten. Judul konten pada cover reels masih bersifat deskriptif panjang, penggunaan tipografi belum seragam, serta pemilihan warna belum sepenuhnya merepresentasikan identitas visual institusi.

Seiring dengan meningkatnya intensitas produksi konten dan kebutuhan untuk memperkuat komunikasi publik, strategi konten kreatif kemudian diarahkan pada pembentukan sistem visual yang lebih terstruktur. Perubahan ini ditandai dengan penerapan desain cover reels yang konsisten, baik dari segi warna institusional, tipografi, maupun tata letak elemen visual. Pendekatan ini menunjukkan pergeseran dari produksi konten berbasis kebutuhan sesaat menuju pengelolaan konten yang dirancang secara strategis dan berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Keller (2013) yang menekankan pentingnya konsistensi identitas visual dalam membangun pengenalan dan kredibilitas organisasi, termasuk dalam konteks sektor publik.

Strategi Desain Cover Reels sebagai Sistem Identitas Visual

Desain cover reels menjadi fokus utama dalam strategi konten kreatif Instagram @pusdiklatanri. Berdasarkan analisis longitudinal terhadap seluruh reels—mulai dari unggahan awal hingga konten terbaru—teridentifikasi adanya standarisasi elemen visual yang mencakup:

1. Penggunaan warna institusional yang merepresentasikan identitas ANRI dan PPSDM ANRI.
2. Tipografi yang konsisten dan mudah dibaca, khususnya pada ukuran layar perangkat seluler.
3. Hierarki visual yang jelas, dengan penekanan pada judul utama konten sebagai fokus perhatian audiens.
4. Penempatan logo dan elemen identitas kelembagaan secara proporsional tanpa mendominasi visual.

Cover reels dirancang sebagai "visual gateway" yang berfungsi menarik perhatian audiens dalam waktu singkat serta memberikan konteks awal terhadap isi video. Strategi ini memperkuat fungsi cover reels tidak hanya sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai alat framing pesan komunikasi publik. Menurut teori desain komunikasi visual, kesederhanaan dan kejelasan pesan visual meningkatkan kemampuan audiens dalam memproses informasi secara cepat dan selektif. Dengan adanya sistem desain cover yang baku, akun @pusdiklatanri mampu menampilkan citra visual yang profesional, konsisten, dan kredibel, sehingga memperkuat posisi akun sebagai sumber informasi resmi lembaga pemerintah.

Pengembangan Template Visual sebagai Strategi Efisiensi dan Konsistensi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu strategi konten kreatif yang paling signifikan adalah pengembangan dan penerapan template visual baku untuk seluruh konten reels. Template ini mencakup struktur desain cover, komposisi teks, serta gaya visual video yang dapat direplikasi pada berbagai jenis konten.

Penerapan template memiliki beberapa implikasi strategis. Pertama, template mempercepat proses produksi konten karena tim tidak perlu merancang desain dari awal untuk setiap unggahan. Kedua, template memastikan konsistensi visual antar konten, sehingga audiens dapat dengan mudah mengenali karakter konten @pusdiklatanri. Ketiga, template membantu menjaga standar kualitas visual, terutama dalam lingkungan kerja institusi pemerintah yang memiliki keterbatasan sumber daya kreatif. Pendekatan ini sejalan dengan konsep manajemen konten digital yang menekankan pentingnya sistem produksi yang efisien dan berkelanjutan. Dalam konteks Digital Public Relations, penggunaan template visual dapat dipahami sebagai strategi pengelolaan identitas dan pesan yang terintegrasi.

Template "JUMPER (Jumat Penuh Inspirasi)" sebagai Konten Unggulan

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah pengembangan template konten khusus "JUMPER (Jumat Penuh Inspirasi)" sebagai konten tematik unggulan. Konten JUMPER dirancang untuk menyampaikan pesan inspiratif, edukatif, dan motivasional yang relevan dengan nilai-nilai organisasi dan pengembangan sumber daya manusia.

Template JUMPER memiliki ciri visual yang khas, meliputi:

- Judul singkat dan afirmatif pada cover reels,
- Warna dan elemen grafis yang lebih ringan dan humanis,
- Alur editing video yang sederhana dan reflektif,
- Durasi video yang relatif singkat untuk menjaga fokus audiens.

Penggunaan template khusus ini menunjukkan adanya segmentasi konten yang jelas dalam strategi komunikasi publik Instagram @pusdiklatanri. Konten JUMPER tidak hanya berfungsi sebagai variasi konten, tetapi juga sebagai sarana membangun kedekatan emosional dengan audiens. Hal ini sejalan dengan konsep engagement yang dikemukakan oleh Van Doorn et al. (2010), di mana keterlibatan audiens mencakup dimensi kognitif dan afektif.

Peran Editing Video dalam Menjaga Beban Kognitif Audiens

Editing video menjadi elemen pendukung utama dalam strategi konten kreatif yang diterapkan. Berdasarkan hasil observasi, teknik editing yang digunakan cenderung minimalis, dengan fokus pada penyampaian pesan utama tanpa distraksi visual yang berlebihan. Penggunaan teks penjelas singkat, subtitle, serta pemotongan klip yang efisien menunjukkan penerapan prinsip Cognitive Load Theory dalam praktik produksi konten.

Segmentasi informasi dalam video reels memungkinkan audiens memahami pesan secara bertahap, sehingga mengurangi risiko kelebihan beban kognitif. Pendekatan ini sangat relevan dalam konteks konten edukatif lembaga pemerintah, di mana kompleksitas informasi sering kali menjadi tantangan utama dalam komunikasi publik. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Putra, Pranata, dan Cholagi (2025) yang menyatakan bahwa pengelolaan beban kognitif melalui desain dan editing konten Instagram mampu meningkatkan pemahaman audiens terhadap materi edukasi.

Keterkaitan Strategi Visual dengan Engagement Audiens

Meskipun penelitian ini tidak berfokus pada analisis kuantitatif engagement, data insight internal menunjukkan kecenderungan bahwa reels dengan desain cover yang konsisten dan template visual yang jelas—terutama konten JUMPER—memperoleh tingkat interaksi yang relatif lebih tinggi dibandingkan konten tanpa template baku. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi konten kreatif berbasis sistem visual dan template tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi, tetapi juga berdampak positif terhadap keterlibatan audiens. Menurut Van Doorn et al. (2010), engagement audiens merupakan indikator penting keberhasilan komunikasi organisasi di media digital.

Selain melakukan analisis terhadap strategi konten kreatif, penulis juga terlibat secara langsung dalam proses produksi konten Instagram @pusdiklatanri. Keterlibatan tersebut mencakup peran sebagai editor konten video reels serta talent konten pada salah satu unggahan edukatif yang mengangkat tema informal, yaitu konten "password WiFi". Partisipasi penulis dalam proses editing meliputi pemilihan klip, pengaturan ritme visual, penambahan teks penjelas, serta penyesuaian durasi video agar sesuai dengan karakteristik Instagram Reels. Proses ini dilakukan dengan mengacu pada prinsip kesederhanaan visual dan pengelolaan beban kognitif audiens, sehingga pesan dapat disampaikan secara ringkas, jelas, dan mudah dipahami. Keterlibatan langsung ini memberikan perspektif empiris mengenai tantangan teknis dan strategis dalam produksi konten visual lembaga pemerintah.

KESIMPULAN

Penelitian ini disimpulkan bahwa strategi konten kreatif berbasis visual pada akun Instagram @pusdiklatanri merupakan elemen kunci dalam mendukung efektivitas komunikasi publik lembaga pemerintah di era digital. Pemanfaatan Instagram Reels sebagai medium utama komunikasi memungkinkan informasi yang bersifat formal dan edukatif disajikan secara lebih ringkas, visual, dan mudah dipahami oleh audiens yang beragam. Hasil kajian menunjukkan adanya perkembangan strategi konten dari pendekatan dokumentatif menuju sistem komunikasi visual yang lebih terstruktur dan konsisten. Desain cover reels berperan sebagai titik awal interaksi audiens dengan konten, sehingga konsistensi warna, tipografi, dan hierarki visual menjadi faktor penting dalam menarik perhatian sekaligus memperkuat identitas kelembagaan. Penerapan template visual baku, termasuk pengembangan konten tematik "JUMPER (Jumat Penuh Inspirasi)", terbukti mendukung efisiensi produksi konten sekaligus menjaga kesinambungan pesan komunikasi publik. Dari sisi teknis produksi, teknik editing video yang ringkas, tersegmentasi, dan selaras dengan prinsip Cognitive Load Theory berkontribusi dalam menyederhanakan penyampaian informasi tanpa menghilangkan substansi pesan. Editing yang terencana memungkinkan audiens memahami konten secara bertahap serta meningkatkan kenyamanan dalam mengonsumsi informasi publik melalui media sosial. Keterlibatan penulis dalam proses editing dan sebagai talent konten menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang lebih humanis dan kontekstual dapat meningkatkan kedekatan serta keterlibatan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi publik di media sosial tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara penyajian dan representasi komunikator. Secara keseluruhan, integrasi antara desain cover reels, sistem template visual, teknik editing video, dan pendekatan human-centred content membentuk strategi komunikasi publik Instagram @pusdiklatanri yang efektif, kredibel, dan berkelanjutan. Temuan ini memberikan kontribusi praktis bagi pengelolaan media sosial lembaga pemerintah serta memperkaya kajian komunikasi publik dan desain komunikasi visual dalam konteks institusi sektor publik.

.

REFERENSI

Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. Psychology & Marketing, 32(1), 15–27. https://doi.org/10.1002/mar.20761

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.). Pearson Education.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2012). Effective public relations (11th ed.). Pearson Education.

Arsip Nasional Republik Indonesia. (2023). Kebijakan pengarsipan media sosial. Arsip Nasional Republik Indonesia.
https://www.anri.go.id/download/kebijakan-pengarsipan-media-sosial-1737705821

Bramanta, J. R., Burhanuddin, & Izzy Burhani, A. M. A. (2025). Pengelolaan digital public relations pada media sosial Instagram @pusdiklatanri. Journal Media Public Relations, 5(1), 194–204. https://doi.org/10.37090/jmp.v5i1.2556

Prasetya, R. D., & Wijaya, A. S. (2025). Utilization of the @pusdiklatanri Instagram account as a medium for archival information and education. The International Journal of Politics and Sociology Research, 13(1), 287.
https://doi.org/10.35335/ijopsor.v13i1.287

Putra, F. H. R., Pranata, R. T. H., & Cholagi, F. F. (2025). Penerapan Cognitive Load Theory dalam pengelolaan konten edukasi digital di Instagram PPSDM ANRI. Journal Media Public Relations, 5(1), 183–193.
https://doi.org/10.37090/jmp.v5i1.2555

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Keller, K. L. (2013). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (4th ed.). Pearson Education.

Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. Business Horizons, 52(4), 357–365. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002

Mayer, R. E. (2009). Multimedia learning (2nd ed.). Cambridge University Press. Smith, R. D. (2017). Strategic planning for public relations (5th ed.). Routledge.

Sweller, J. (1988). Cognitive load during problem solving: Effects on learning. Cognitive Science, 12(2), 257–285. https://doi.org/10.1207/s15516709cog1202_4

Van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P., & Verhoef, P. C. (2010). Customer engagement behavior: Theoretical foundations and research directions. Journal of Service Research, 13(3), 253–266. https://doi.org/10.1177/1094670510375599