

ANALISIS ISI KOMENTAR PENGGUNA INSTAGRAM TERHADAP KONTEN UNGGAHAN PRODUK INDOMIE VARIAN BARU

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dari perusahaan Indofood yang banyak mendapat sorotan baik dari strategi pemasarannya terutama pada merek Indomie. Melalui slogan “Indomie Seleraku”, Indomie terus melakukan inovasi pada produknya untuk memenuhi selera masyarakat yang berbeda-beda dan dinamis, tetapi hal tersebut perlu ditinjau kembali berdasarkan respon pasar terhadap inovasi produk yang diluncurkan melalui produk varian baru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon pasar dengan melihat impresi pengguna Instagram terhadap konten unggahan produk Indomie varian baru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan analisis teks terhadap komentar yang ada pada konten unggahan produk Indomie varian baru pada periode 22 Mei-22 Agustus 2023. Penelitian ini menggunakan teknik random sampling dengan jumlah total 594 komentar yang menjadi sampel penelitian. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis isi melalui aspek pencatatan Krippendorff (1991) yang meliputi aspek *physical*, *syntactical*, *referential*, dan *thematical*. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa komentar pengguna Instagram pada konten unggahan produk Indomie varian baru lebih banyak ditemukan pada unggahan dalam bentuk *reels*. Selain itu, pesan komentar didominasi dengan sentimen positif yang ditujukan kepada produk Indomie varian baru. Komentar ini juga cenderung berisi topik pesan yang menunjukkan ketertarikan pengguna terhadap produk Indomie varian baru.

Kata Kunci: Analisis Isi, Komentar, Media Sosial

**CONTENT ANALYSIS OF INSTAGRAM USER COMMENTS ON NEW VARIANT
INDOMIE PRODUCT CONTENT POSTS**

ABSTRACT

This research is motivated by the Indofood company, which has received significant good attention for its marketing strategy, particularly for the Indomie brand. Through the slogan “Indomie Seleraku,” Indomie continues to innovate its products to meet the diverse and dynamic tastes of the community. However, these innovations need to be reviewed based on the market response to new product variants. The purpose of this study is to determine the market response by examining Instagram users’ impressions of the content in posts featuring new Indomie product variants. The method used in this study is descriptive quantitative. Data collection was carried out using text analysis of comments on the content of posts featuring new Indomie product variants between May 22 and August 22, 2023. This study used a random sampling technique with a total of 594 comments as the research sample. The data analysis was conducted using the content analysis method based on Krippendorff’s (1991) recording aspects, which include physical, syntactical, referential, and thematic aspects. The results of this study indicate that Instagram user comments on the content of posts featuring new Indomie product variants were more frequently found in reels-type posts. Additionally, the comment messages are predominantly positive and are directed toward the new Indomie product variants. These comments also tend to contain topics that indicate user interest in the new Indomie product variants.

Keywords: Content Analysis, Comment, Social Media