

# Perbandingan Tingkat Social Media Engagement Pengunggahan Silang di Media Sosial Pada Peluncuran Produk Baru (Studi Kasus Strategi Kampanye Indomie Ramen Series) = Comparative of Social Media Engagement Rates in Cross-Posting on Social Media Platforms During New Product Launch (A Case Study of Indomie Ramen Series Campaign)

Lintang Gayatri Nur Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920544116&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat social media engagement dan faktor-faktor penyebab tingkat social media engagement yang berbeda pada konten cross-posting Indomie Ramen Series yang diunggah di Tiktok, Instagram, dan Facebook. Faktor-faktor perbedaan social media engagement dianalisis berdasarkan jenis konten, jenis media konten, waktu posting, dan karakteristik platform. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus dengan desain penelitian studi kasus tunggal. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa konten cross-posting pada Tiktok, Instagram, dan Facebook menghasilkan tingkat social media engagement yang berbeda-beda. Ditemukan terdapat perbedaan pada faktor interaktivitas, di mana admin Instagram aktif membalas komentar pengguna, sedangkan di Tiktok dan Facebook admin tidak terlihat menanggapi. Selain itu, ditemukan pula faktor karakteristik platform menjadi faktor signifikan dalam perbedaan social media engagement. Indomie perlu menciptakan konten yang relevan dengan karakteristik platform Instagram dan Facebook untuk memaksimalkan social media engagement. ....The purpose of this study is to analyze social media engagement rates and the factors that influence various levels of social media engagement rates on cross-posted content from the Indomie Ramen Series uploaded on Tiktok, Instagram, and Facebook. The various levels of social media engagement are analyzed based on content type, interactivity, posting time, and platform characteristics. The research method is used is a case study with a single case study design. The findings reveal that cross posted content on Tiktok, Instagram, and Facebook achieves different levels of social media engagement. There are differences in interactivity, on Instagram admin actively responds to user comments, while on Tiktok and Facebook are not. Furthermore, platform characteristics factors are found to be significant in the differences in social media engagement. Indomie needs to create content that is relevant to the characteristics of Instagram and Facebook to maximize social media engagement.