

## ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia yang meningkat pesat berdampak pada meningkatnya jumlah pengguna media sosial baik individu maupun perusahaan di berbagai sektor. Sebagian besar perusahaan memanfaatkan media sosial untuk menunjang aktivitas *Social Customer Relationship Management* (SCRM). Perbankan termasuk dalam sektor yang juga memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggannya. Namun sejauh ini, sektor perbankan belum mampu memenuhi ekspektasi pelanggan di media sosial. Masih sedikit bank yang mengembangkan dan mengaplikasikan strategi media sosial. Serta belum banyak bank yang memantau perkembangan dan percakapan pengguna jasa bank di media sosial.

Percakapan pelanggan mengenai jasa perbankan di media sosial menghasilkan suatu jaringan SCRM. Jaringan SCRM yang aktif akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Oleh karena itu perlu diketahui bagaimana karakteristik dan keaktifan jaringan SCRM yang terbentuk dengan melakukan pengukuran menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA). Pengukuran dilakukan dengan menghitung nilai properti jaringan SCRM. Properti jaringan dipilih karena sesuai dengan data yang digunakan, dimana data yang berasal dari sosial media tidak lengkap sehingga ukuran yang paling memungkinkan untuk digunakan adalah properti jaringan. Pada penelitian ini akan mengukur dan membandingkan properti jaringan SCRM tiga bank di Indonesia yaitu Bank Mandiri, BCA dan BNI sehingga diketahui karakteristik dan keaktifan tiap jaringan SCRM bank.

Pelanggan dapat mengutarakan opininya mengenai jasa bank di media sosial secara bebas. Opini dapat berupa komentar positif, negatif, maupun netral. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis sentimen untuk mengetahui opini yang diungkapkan di media sosial termasuk dalam kelompok sentimen positif, negatif atau netral. Hasil analisis sentimen ketiga bank akan dibandingkan untuk mengetahui bank manakah yang memiliki presentase sentimen positif paling besar. Berdasarkan hasil penghitungan nilai properti jaringan, jaringan SCRM bank BNI adalah yang paling aktif. Sedangkan berdasarkan hasil analisis sentimen, Bank Mandiri memiliki presentase sentimen positif terbesar.

**Kata kunci:** *Social Network Analysis, Customer Relationship Management, Analisis Sentimen, Properti Jaringan, Bank*