

ABSTRAK

Seiring dengan peningkatan pengguna internet, perangkat *mobile* dan penggunaan jejaring sosial tentu akan berdampak pada meningkatnya jumlah data yang dihasilkan oleh pengguna (UGC). Data yang dihasilkan dari pengguna jejaring sosial tentu saja dapat digunakan dan dimanfaatkan seperti untuk menentukan peringkat *brand*. Menggunakan percakapan pengguna jejaring sosial twitter untuk menentukan peringkat brand tentu saja lebih efektif dan efisien hanya saja parameter yang digunakan berbeda dengan metode konvensional. Penelitian ini menggunakan studi kasus pada operator seluler di Indonesia yaitu Telkomsel, XL dan Indosat.

Dalam menentukan peringkat operator seluler tersebut digunakan sebuah parameter yaitu properti jaringan seperti *size*, *diameter*, *modularity*, *density*, *average degree*, *average path length*, *clustering coefficient* dan *connected components*.

Penelitian ini menggunakan metode *social network analysis* (SNA). Sumber data penelitian ini berasal dari twitter berisi kata kunci “Telkomsel”, “XL” dan “Indosat” baik berupa *mention*, *reply* maupun *retweet* dalam jangka waktu yang sudah ditentukan.

Berdasarkan hasil perhitungan properti jaringan tersebut, peringkat untuk setiap parameternya berbeda-beda. Terdapat dua parameter *size* dan *diameter* yang memiliki peringkat sama dengan metode konvensional. Strategi yang digunakan juga berbeda-beda tergantung properti jaringannya.

Apabila membandingkan seluruh parameter yang ada maka hasil penentuan peringkat *brand* operator seluler menggunakan metode SNA kebetulan sama dengan menggunakan metode konvensional. Peringkat pertama adalah Telkomsel, kedua adalah XL dan ketiga adalah Indosat. Untuk dapat mempertahankan atau meningkatkan peringkatnya maka yang harus dilakukan adalah membuat konten yang menarik sehingga dapat menarik perhatian pengguna dan bekerja sama dengan akun populer untuk saling *follow* sehingga jaraknya semakin pendek dan penyebaran informasinya akan lebih mudah dan cepat.

Kata Kunci : Operator Seluler; Properti Jaringan; *Social Network Analysis* (SNA); Strategi; Twitter; ; *User Generated Content* (UGC)