

ABSTRAK

Jejaring sosial berkembang semakin pesat, sehingga menyebabkan semakin banyak pengguna jejaring sosial yang terbentuk yang menyebabkan data yang dibuat oleh pengguna akan semakin besar yang dapat diolah melalui metode *Social Network Analysis*. Perangkat yang sering digunakan untuk mengakses internet yaitu *smartphone*. Data tersebut dapat digunakan dalam menentukan peringkat dengan melihat keaktifan dan tingkat kehadiran *brand smartphones* menggunakan jejaring sosial (Twitter) dengan *Social Network Analysis* (SNA) berdasarkan *property network*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa keaktifan percakapan suatu *brand smartphone*, serta untuk menentukan peringkat *brand smartphone*, dan untuk meningkatkan keaktifan percakapan berdasarkan topologi jaringannya beserta *property network*. *Property network* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *network size, density, modularity, diameter, reachability, average degree, average path length*, dan *clustering coefficient*.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini berbasis pada konsep *User Generated Content* (UGC), dimana data yang diambil berasal dari jejaring sosial yang berisi konten – konten yang dibuat sendiri oleh *user*. Media yang digunakan sebagai sumber data yaitu media sosial Twitter. Sedangkan konten yang diambil adalah *tweet* pada rentang waktu sejak 12 September 2015 sampai dengan 18 September 2015 baik berupa *mention, reply* maupun *retweet*. Data diambil dengan cara *crawling* menggunakan *software R*.

Hasil analisis pada jaringan *smartphone* berupa visualisasi jaringan pada setiap *brand smartphone* serta melakukan perhitungan *property network* dengan menggunakan *software R* dan Gephi. Setelah mengetahui hasil dari perhitungan *property network* pada jaringan *smartphone*, maka dilakukan perbandingan pada setiap *brand* dan menentukan peringkat berdasarkan *property network*. Dari hasil analisis tersebut bahwa *smartphone* yang menduduki peringkat pertama yaitu Samsung.

Dari hasil penelitian ini dalam menentukan peringkat dengan menggunakan metode SNA berbeda. Hal ini dikarenakan metode SNA mengukur dinamika sosial pasar, penyebaran informasi, penularan informasi dan lainnya. Hal lain yang menyebabkan hasil peringkat tersebut berbeda adalah dikarenakan data yang digunakan pada metode SNA tidak lengkap. Namun metode ini dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang cepat, lebih efektif, dan biaya yang dikeluarkan rendah.

Kata kunci : *Property network, Smartphone, Social Network Analysis (SNA), Use Generated Content (UGC)*