

## **Abstrak**

Di era globalisasi saat ini, internet menjadi suatu kebutuhan penting yang tidak dapat dipisahkan. Internet menjadi bagian penting pendukung yang mempermudah manusia dalam menjalani kegiatan sehari-harinya. Internet juga mengubah pola komunikasi yang selama ini berjalan. Ini ditandai dengan mulai bermunculan berbagai macam jenis *social media*. Media sosial saat ini secara tidak langsung mempengaruhi budaya dan kebiasaan masyarakat. Media sosial memiliki keunggulan tersendiri, yaitu *feedback* secara terbuka, saling berkomentar dalam waktu cepat dan tidak terbatas. Melihat kondisi tersebut, banyak perusahaan yang memanfaatkannya sebagai media promosi yang dirasa lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan media konvensional. Dengan memanfaatkan percakapan media sosial, perusahaan dapat mengetahui tren apa yang sedang dibicarakan oleh pelanggannya. Penggunaan metode SNA dan *Text Mining* diterapkan agar kata-kata dominan dan asosiasi kata dapat dijadikan fokus utama dalam penelitian ini.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Big Data, Social Media, Data Mining, Text Mining, Social Network Analysis, Association Rules, Business Intelligence*. Data pada percakapan yang terjadi di media sosial twitter diawali dengan *Pre-Processing* data dengan mengambil data dari *Twitter* dengan keyword Telkomsel dan XL. selanjutnya mengaplikasikan *Text Mining* untuk mengekstraksi. Selanjutnya penulis menggunakan *Wordcloud* untuk mencari kata-kata dominan dan menerapkan asosiasi kata dari wordcloud tadi. Langkah terakhir adalah memvisualisasikan data agar diketahui pola, tren dan model serta dapat diambil kesimpulan dan rekomendasi untuk pemecahan masalah.

***Keyword: Social Network Analysis, Text Mining, Business Intelligence.***