

ABSTRAK

Twitter menjadi media sosial yang sering digunakan oleh banyak stasiun televisi untuk menjangkau masyarakat. Salah satu stasiun televisi yang menggunakan Twitter sebagai media perantara dengan pelanggannya adalah Metro TV, TvOne, dan Kompas TV. Menggunakan percakapan pengguna jejaring sosial Twitter untuk menentukan peringkat stasiun televisi tentu saja lebih cepat dan murah, hanya saja parameter yang digunakan untuk menentukan peringkat stasiun televisi tersebut berbeda dengan metode konvensional (manual).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis jaringan dan mengukur peringkat dari ketiga stasiun televisi Metro TV, TvOne, dan Kompas TV berdasarkan semua percakapan yang melakukan *Mention* akun televisi yang menjadi objek penelitian pada media sosial Twitter.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara crawling data menggunakan aplikasi Rstudio pada Twitter. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Social Network Analysis (SNA)* dengan membandingkan properti jaringan. Properti jaringan yang digunakan yaitu *size*, *diameter*, *modularity*, *density*, *average degree*, *average path length*, *clustering coefficient* dan *connected components*.

Berdasarkan properti jaringan *size*, *density*, *modularity*, *diameter*, *average degree*, *average path length*, *coefficient clustering* dan *connected components* terdapat satu parameter yang memiliki peringkat yang sama dengan penentuan peringkat *brand* menggunakan metode konvensional

Parameter tersebut adalah *connected components*. Dengan membandingkan seluruh parameter dari properti jaringan yang ada maka hasil penentuan peringkat stasiun TV dengan studi kasus pada Metro TV, TvOne dan Kompas TV menggunakan metode SNA berbeda dengan metode konvensional

Kata Kunci : Properti Jaringan, Media Sosial, *Social Network Analysis (SNA)*, *User Generated Content (UGC)*