

ABSTRAK

Penyebaran informasi mengakibatkan sekumpulan data yang berjumlah sangat besar mudah untuk diakses oleh masyarakat, fenomena ini disebut dengan *big data*. *Big data* mampu mengolah, menyimpan dan menganalisa data dalam kapasitas besar dan cepat dari sistem sebelumnya. Jejaring sosial (*Social Network Analysis*) mampu mengukur penyebaran informasi. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan perbandingan pengukuran penyebaran informasi menggunakan metode *legacy* dan metode jejaring sosial untuk melihat cara mengukur, hasil analisa dan perbedaan.

Mengukur penyebaran informasi akan memproyeksikan komunikasi pemasaran Infobdg. Dalam kegiatan bisnisnya, Infobdg diharapkan melakukan komunikasi pemasaran yang efektif agar penyebaran informasi dapat diterima sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, penelitian ini mengukur penyebaran informasi menggunakan indikator dari Efektivitas Komunikasi Pemasaran dan *Social Network Analysis*.

Alat pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuisioner dan mengambil data (*crawling data*) dari twitter. Kuisioner tersusun dari indikator *favorable, interesting, impressive, likely to share* dan *likely to post*. Hasil penyebaran kuisioner diolah menggunakan analisis deskriptif. Kata kunci yang digunakan untuk *crawling data* adalah #infobdg, #infobdgkuliner, #cuacabdg dan #lalinbdg. Hasil *crawling data* akan dianalisa menggunakan terminologi pengukuran *social network analysis*.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan metode *legacy*, Infobdg telah melakukan komunikasi pemasaran secara menyenangkan, menarik dan mengesankan serta pengguna twitter setuju untuk menyebarkan informasi tersebut (bukan di media sosial twitter) tetapi pengguna twitter netral untuk *re-tweet* dari Infobdg. Hal ini menunjukkan bahwa Infobdg telah melakukan komunikasi pemasaran yang efektif. Hasil pengolahan data menggunakan metode jejaring sosial menampilkan visualisasi dan karakteristik jaringan. Penelitian ini juga menemukan *account* yang memiliki kemampuan lebih dalam penyebaran informasi yaitu PRFMnews dan Infobdgkuliner.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memiliki beberapa saran yaitu Infobdg diharapkan mampu menyajikan konten yang menyenangkan, menarik dan berkesan sesuai dengan kebutuhan, selera dan tren. Infobdg dapat melakukan kerjasama dengan PRFMnews untuk meningkatkan penyebaran informasi. Selain itu, Infobdg dapat menggunakan hasil *centrality* sebagai pembuktian bahwa Infobdg aktif dalam penyebaran informasi, mampu menjembatani pengguna twitter lainnya, cepat dalam penyampaian informasi dan memiliki hubungan yang baik dengan pengguna twitter lainnya.

Kata Kunci: Perbandingan Pengukuran, Penyebaran Informasi, Komunikasi Pemasaran, Jejaring Sosial.