

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini berdampak besar bagi kehidupan sehari-hari, termasuk dalam sistem pembayaran. Terdapat beberapa sistem pembayaran yang menggunakan teknologi digital, salah satunya adalah *e-wallet* atau dompet digital yang dapat mempermudah transaksi pembayaran secara non-tunai. Go-Pay, OVO, Dana dan LinkAja merupakan empat *e-wallet* terbaik dengan jumlah pengguna dan pengunduh aplikasi terbanyak di Indonesia dalam tujuh kuartal terakhir sejak 2017.

Ditengah persaingan yang semakin ketat Go-Pay, OVO, Dana dan LinkAja harus menerapkan strategi pemasaran pada media sosial agar dapat bertahan diposisinya. Media sosial merupakan *platform* yang sering digunakan untuk startegi pemasaran pada media sosial. Pada media sosial, perusahaan dapat menentukan akun dan topik yang dibicarakan oleh konsumen.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa akun yang berpengaruh pada keempat *e-wallet* di media sosial Twitter yaitu akun @ptinka, @alfamart, @bareksacom, @adie_tan dan @kai121. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa topik yang sering dibicarakan yaitu mengenai *giveaway*, informasi, promo dan ketidaknyamanan dalam penggunaan layanan.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan dapat memanfaatkan strategi pemasaran pada media sosial untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan melihat hasil analisis jaringan sosial menggunakan metode SNA (*social network analysis*) dan topik pembicaraan menggunakan metode *Topic Modeling*.

Kata Kunci : *e-wallet, Strategi pemasaran pada media sosial, social network analysis, topic modeling.*