

ABSTRAK

Media sosial tidak hanya digunakan oleh individu, perusahaan juga menggunakan media sosial sebagai sarana untuk membangun interaksi dengan pelanggannya. Perusahaan yang menyediakan jasa layanan internet ini perlu meningkatkan kualitas hubungannya dengan pelanggan agar mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya, hal ini dilakukan dengan cara mengukur kemampuan kompetitif mereka di media sosial.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui kemampuan kompetitif media sosial pada 4 *brand* yang termasuk ke dalam daftar *Top Brand Index* fase 1 2020 yaitu *IndiHome*, *First Media*, *Biznet*, dan *Indosat M2* di media sosial *Twitter*.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif berdasarkan data. Penelitian ini memperoleh data dengan melakukan *crawling data* pada media sosial *Twitter* dengan menggunakan *software* RStudio versi 1.3.1093. Data yang diolah pada penelitian ini adalah konten dari pengguna berupa *tweets* dengan kata kunci “*indihome*”, “*firstmedia*”, *biznet*”, dan “*gigbyindosat*” yang merupakan nama akun *Twitter* dari masing-masing *brand*. Pengambilan data dilakukan selama periode 30 hari yaitu sejak tanggal 1 November 2020 sampai 30 November 2020.

Data yang telah didapatkan diolah menggunakan analisis sentimen dan visualisasi jaringan serta analisa properti jaringannya menggunakan *software* Gephi. Setelah itu, dilakukan pemeringkatan dari keempat *brand Internet Service Provider* menurut sentimen penggunaannya, apa yang menjadi topik pembicaraannya, serta peringkat *brand* berdasarkan properti jaringan sosialnya. Penelitian menggunakan visualisasi teks berupa *WordCloud* untuk menganalisa topik yang dibicarakan pada masing-masing sentimen pelanggan. Hasilnya, ditemukan pula keunggulan dan kekurangan dari masing-masing *Internet Service Provider* menurut pelanggan di media sosial yang dapat menjadi bahan analisis kompetitif media sosial pada perusahaan-perusahaan tersebut.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk referensi penelitian akademis dan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam mengelola media sosial.

Kata Kunci: *Competitive Intelligence, Competitive Analysis, Network Properties, Sentiment Analysis, Social Network, Twitter, User Generated Content.*