

## ABSTRAK

Penetrasi internet telah meluas secara luas, dan sebagian besar kegiatan kita, mulai dari berbelanja, mencari informasi, hingga berkomunikasi, kini tergantung pada konektivitas *online*. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya, membuat *brand provider* WiFi memberikan kebutuhan internet yang cepat. Program TOP Brand Award tahun 2023 merilis *brand provider* WiFi yang paling diminati di Indonesia yaitu IndiHome, First Media, dan Biznet. *Brand provider* WiFi memanfaatkan perkembangan media sosial untuk strategi pemasaran yang dilakukan dan penyebaran informasi secara *online*.

Media sosial yang umum digunakan adalah Twitter. Pada media sosial Twitter, *user* mengungkapkan informasi yang diketahui terkait suatu *brand*. Hal ini membuktikan tingkat *awareness user* tersebut terhadap suatu *brand*. Informasi tersebut merupakan *User Generated Content* (UGC) yaitu jejak rekam yang ditinggalkan *user* di media sosial. Hal ini dapat dijadikan *insight* bagi *brand* dalam membantu pemasaran di media sosial.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *crawling* data dengan menggunakan *website* Netlytic dan visualisasi jaringan menggunakan Gephi. Metode yang digunakan adalah *Social Network Analysis* (SNA) yaitu metode untuk menganalisis dan memahami pola interaksi dari UGC yang ada di media sosial. Pemanfaatan analisis di media sosial dengan menggunakan SNA membantu perusahaan dalam menilai peringkat atau posisi perusahaan berdasarkan nilai masing-masing properti jaringannya.

Berdasarkan properti jaringan *node*, *edge*, *density*, *modularity*, *diameter*, *average degree*, dan *average path length* terdapat dua properti jaringan yang memiliki persamaan dengan metode konvensional. Properti jaringan tersebut adalah *modularity* dan *average degree*. Pemeringkatan yang dilakukan oleh TOP Brand Award yang menggunakan metode konvensional dan metode SNA hasilnya sama yang ditunjukkan dengan IndiHome yang menduduki peringkat pertama yang unggul pada 4 properti jaringan, peringkat kedua ditempati oleh First Media yang unggul pada 2 properti jaringan, dan peringkat terakhir oleh Biznet yang unggul pada 1 properti jaringan.

Strategi untuk dapat mempertahankan atau meningkatkan peringkat *brand* berdasarkan properti jaringannya adalah dengan cara lebih aktif dalam mengunggah *tweet* yang berkaitan dengan konteks *brand* dan dapat membuat konten yang menarik agar dapat menarik minat serta perhatian pengguna sehingga menciptakan banyak interaksi dalam jaringan.

Kata Kunci: *Social Network Analysis*, *User Generated Content*, Properti Jaringan, *Provider* WiFi