

ABSTRAK

Twitter merupakan sebuah *platform* dimana penggunanya dapat dapat berbagi pikiran mereka, berita, informasi dan lainnya. Melalui Twitter dapat dilakukan analisis konteks sosial dengan sistem komputasi atau yang biasa disebut dengan *social computing*. *Social computing* hadir sebagai cara dalam memanfaatkan kehadiran *big data*. Salah satu metode yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA) yang dapat membentuk pola-pola interaksi sosial yang terjadi antar individu dan individu di dalam komunitas. Penelitian yang berjudul “Penggunaan Metode *Centrality* dan *Community Detection* untuk Memprediksi Kelompok Referensi (Studi Kasus Percakapan BBM Android di Twitter)” ini bertujuan untuk mengetahui aktor yang paling berpengaruh serta mendeteksi komunitas yang terbentuk pada interaksi percakapan mengenai BBM Android di Twitter yang kedepannya diprediksi dapat menjadi kelompok referensi dalam hal perilaku konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan semua *tweet* yang berisi percakapan mengenai BBM Android pada tanggal 25-29 Oktober 2013 tanpa batasan lokasi dimana *tweet* tersebut dibuat untuk dijadikan populasi. Sedangkan untuk sampel penelitian, data yang digunakan adalah *tweet* yang berisi percakapan mengenai BBM Android berupa *reply*, *mention*, dan *retweet*. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode SNA. Ukuran yang diteliti adalah *degree centrality*, *closeness centrality*, *betweenness centrality*, *eigenvector centrality* dan *community detection*.

Dari hasil penelitian didapatkan 2433 *nodes* atau akun dan 1686 *edge* atau interaksi yang terjadi pada 25-29 Oktober 2013 pada pola interaksi sosial percakapan mengenai BBM Android dan aktor yang paling berpengaruh adalah portal berita di Twitter yaitu detikcom. Hasil penelitian ini juga mendapatkan bahwa terdapat 891 komunitas yang terbentuk pada pola interaksi sosial percakapan mengenai BBM Android di Twitter.

Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan penelitian secara lebih mendalam pada aktor dan komunitas yang paling berpengaruh dalam kaitannya dengan perilaku mengkonsumsi aplikasi *mobile* seperti BBM Android. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh aktor dan komunitas dalam mempengaruhi perilaku konsumsi aktor lain.

Kata kunci : *Social Computing*, *Social Network Analysis*, *Centrality*, *Community Detection*, *Perilaku Konsumen*