

ABSTRAK

Interaksi antar pengguna dalam komunitas *online* dapat dipelajari dengan *Social Network Analysis* untuk mengetahui *influencer* serta topik interaksi yang terjadi antar anggota. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pola interaksi dan menemukan *influencer* yang berperan dalam diseminasi informasi komunitas @iphonemalang.

Penelitian menggunakan pengukuran *centrality* untuk melihat aktor yang berperan dalam komunitas dengan melakukan perhitungan *value* dan *rank* melalui *degree centrality*, *betweenness centrality* dan *closeness centrality* serta pemetaan topik percakapan dalam jaringan komunitas @iphonemalang menggunakan *software* NodeXL 1.0.1.341.

Pengumpulan data menggunakan data *online*, di dapatkan dari interaksi anggota dalam twitter komunitas pada bulan Agustus 2015 dengan membatasi pengambilan data jaringan menggunakan *keyword* @iphonemalang.

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui pola interaksi pada jaringan komunitas @iphonemalang terjadi dengan tipe *directed network* dan penentuan *rank* pada nilai *degree centrality*, *betweenness centrality* serta *closeness centrality*. Selain pengolahan nilai *centrality* dilakukan juga pemetaan terhadap topik percakapan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa pola interaksi antara 43 akun didominasi oleh hazen_store, jubelmalang, imalang_, albertazumbi, jubeljatim, dan jubelnesia yang berperan sebagai *influencer*. Diseminasi informasi yang terjadi melalui *mention* dan *replies* terhadap *tweet* jual & beli produk *idevice* dalam pola interaksi.

Kata Kunci: Komunitas *Online*; *Social Network Analysis*; *centrality*; *influencer*; iphonemalang