

**IDENTIFIKASI PERAN *INFLUENCER* PADA JARINGAN MEDIA
SOSIAL TWITTER MENGGUNAKAN *SOCIAL NETWORK ANALYSIS***

STUDI PADA: *BRAND WONDERFUL INDONESIA*

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

Sheva Novriyandi Putra

1401184116



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2022