

## **ABSTRACT**

*Online travel agents (OTA) such as Tiket.com have become one of the drivers of the internet economy in Indonesia. Tiket.com, established in 2011, provides flight, train, hotel and entertainment ticket booking services.*

*The role of social media is becoming increasingly important in consumer life, where electronic word of mouth (eWOM) or conversations between consumers on internet platforms are becoming commonplace. This study aims to understand how eWOM occurs on Instagram and what are the factors that influence a person to become an opinion generator. By using topic modeling, sentiment analysis, and social network analysis based on comment data on the Tiket.com Instagram page during the period 1 January 2022 to 31 August 2022, suggestions for social media marketing programs were produced.*

*The results showed that the majority of Tiket.com users were satisfied with the services provided, but some were dissatisfied. However, the general perception of the Tiket.com Instagram account tends to be positive, with positive sentiments more dominant than negative. Tiket.com Instagram users who are influencers with high engagement rates, strong communities, and personas according to Tiket.com consumers can act as eWOM opinion generators on the platform. In addition, social media management that is adjusted to eWOM analysis is also important to increase positive influence on the social network Tiket.com.*

*This research provides insight into the potential of eWOM and social media marketing strategies that can be implemented by Tiket.com to increase customer interaction and satisfaction on their Instagram platform.*

*Keywords: Electronic Word of Mouth, Sentiment Analysis, Social Media Marketing, Social Network Analysis, Topic Modelling*

## ABSTRAK

Agen perjalanan online (OTA) seperti Tiket.com telah menjadi salah satu penggerak ekonomi internet di Indonesia. Tiket.com, didirikan pada tahun 2011, menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat, kereta api, hotel, dan entertainment.

Peran media sosial menjadi semakin penting dalam kehidupan konsumen, di mana electronic word of mouth (eWOM) atau percakapan antar konsumen di platform internet menjadi hal yang umum. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana eWOM terjadi di Instagram dan apa faktor yang mempengaruhi seseorang menjadi penggerak opini. Dengan menggunakan pemodelan topik, analisis sentimen, dan analisis jejaring sosial berdasarkan data komentar di laman Instagram Tiket.com selama periode 1 Januari 2022 hingga 31 Agustus 2022, dihasilkan saran program social media marketing.

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas pengguna Tiket.com merasa puas dengan layanan yang diberikan, namun ada juga yang tidak puas. Namun, persepsi umum terhadap akun Instagram Tiket.com cenderung positif, dengan sentimen positif lebih dominan daripada negatif. Pengguna Instagram Tiket.com yang menjadi influencer dengan engagement rate tinggi, komunitas yang kuat, dan persona sesuai dengan konsumen Tiket.com dapat berperan sebagai penggerak opini eWOM di platform tersebut. Selain itu, social media management yang disesuaikan dengan analisis eWOM juga penting untuk meningkatkan pengaruh positif di jejaring sosial Tiket.com.

Penelitian ini memberikan wawasan tentang potensi eWOM dan strategi pemasaran media sosial yang dapat diterapkan oleh Tiket.com guna meningkatkan interaksi dan kepuasan pelanggan di platform Instagram mereka.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth, Sentiment Analysis, Social Media Marketing, Social Network Analysis, Topic Modelling*