

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan dengan baik penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“PENENTUAN AKTOR YANG BERPENGARUH DALAM PENYEBARAN INFORMASI EVENT BRAGA CULINARY NIGHT (STUDI KASUS BRAGA CULINARY NIGHT KE-5 DAN KE-6)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.

Penulis menyadari dalam penyusunan dan penyelesaian Tugas Akhir tidak akan berhasil tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Listyo Dwi Harsono selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, saran, ilmu yang bermanfaat, semangat dan motivasi kepada penulis dari awal hingga akhir penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Yudi dan Ibu Puspita selaku dosen penguji proposal Tugas Akhir yang telah memberikan banyak saran dan koreksi atas proposal Tugas Akhir penulis.
3. Seluruh dosen FEB Universitas Telkom yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta berbagi pengalaman yang berharga.
4. Kedua orang tua tercinta, Ibu Siti Khonikmun dan Bapak Akhmad Muji serta seluruh keluarga yang begitu hebat yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, perhatian, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh civitas akademika Institut Manajemen Telkom yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyusun Tugas Akhir ini.
6. Fatimah dan Mbak Devi yang sudah berbaik hati mengajarkan *software* gephi. Rio, Bety, dan Mas Fikri yang sudah berbagi ilmu. Serta NoLimit ID dan mas Hari yang sudah memberikan data kepada penulis.
7. Teman-teman dari Kendal, Rudi, Satrio, Nisa, Asep, Meila, dan Arum yang selalu mendukung dan saling membantu dalam kebaikan.
8. Sahabat-sahabat pejuang skripsi yang sudah lulus maupun belum, Tika, Pidul, Iin, Wati, Sharra, Novi, Ayu, Deny, Nanda, Kiki, Niken, Pipit, Cicin, Arin, Atia, Vica, Monic, Titin, Pepi, Ang, dan kawan-kawan yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa dalam penyusunan Tugas Akhir.
9. Keluarga besar Pandawa, Sigit, Januar, Fikih, Penceng, Bambang, Adam, Adit, Btari, Winda, Olive, Lusi, Anggi, Shinta, Doion, Geby, Bonbon, Vincent, Tacik, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa dalam penyusunan Tugas Akhir.

10. Kakak-kakak yang selalu mendoakan dalam pembuatan skripsi ini, Mas Agung, Mas Ekky, Mas Aseng, Mbak Sandra, Mbak Wahyu, Mbak Asri, Mas RT, Mas Ilham, Mas Aris, Mas Rendy, Mas Fahmi, dan Mas Adit.
11. Teman-teman kelas MBTI F 2010 dan juga teman-teman kelas Konten, Mila, Edwin, Dimas, Alis, Septian, Jun, Migin, Alfi, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa dalam penyusunan Tugas Akhir.
12. Semua pihak tanpa mengurangi rasa hormat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir.

Kemudian penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif sebagai penyempurnaan di masa yang akan datang. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bandung, 05 Juli 2014

**MIFTAKHUL IMANNUR KHAKIM**

## DAFTAR ISI

Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Pernyataan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Abstrak.....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar .....	x
Daftar Lampiran.....	xii
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Braga Culinary Night.....	1
1.1.2 Twitter.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Kegunaan Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian.....</b>	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	13
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.2 Event .....	15
2.1.3 Penyebaran Informasi .....	16
2.1.4 Social Media .....	18
2.1.5 Twitter.....	20
2.1.6 Data Mining .....	21
2.1.7 Social Network Analysis.....	22
2.1.8 Centrality.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2.1 Skripsi/Tesis.....	28
2.2.2 Jurnal.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran .....	36
2.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	37
<b>BAB III Metode Penelitian .....</b>	<b>39</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	39

3.2 Tahapan Penelitian.....	39
3.3 Populasi dan Sampel.....	40
3.4 Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data .....	41
3.5.1 <i>Degree Centrality</i> .....	42
3.5.2 <i>Closeness Centrality</i> .....	42
3.5.3 <i>Betweenness Centrality</i> .....	42
3.5.4 <i>Eigenvector Centrality</i> .....	42
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	45
4.1 Pola Interaksi ( <i>Network</i> ).....	45
4.1.1 Pola Interaksi Braga Culinary Night ke-5 .....	45
4.1.2 Pola Interaksi Braga Culinary Night ke-6.....	49
4.2 Centrality.....	53
4.2.1 <i>Degree Centrality</i> .....	53
4.2.2 <i>Closeness Centrality</i> .....	58
4.2.3 <i>Betweenness Centrality</i> .....	62
4.2.4 <i>Eigenvector Centrality</i> .....	66
4.3 Informasi yang Disampaikan dalam <i>Network</i> .....	70
4.3.1 Informasi yang Disampaikan dalam <i>Network</i> Braga Culinary Night ke-5 .....	70
4.3.2 Informasi yang Disampaikan dalam <i>Network</i> Braga Culinary Night ke-6 .....	73
4.4 Perbedaan Pola Penyebaran Informasi.....	77
4.5 Analisa Pembahasan.....	79
BAB V Kesimpulan dan Saran .....	83
5.1 Kesimpulan .....	83
4.5 Analisa Pembahasan.....	84
Daftar Pustaka.....	87
Lampiran.....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Dasar Komunikasi Umum .....	14
Tabel 2.2 Variabel, Persamaan, dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 4.1 Data Observasi .....	45
Tabel 4.2 Jumlah <i>Connected Components</i> .....	47
Tabel 4.3 Daftar <i>Connected Components</i> dengan Jumlah <i>Nodes</i> Terbesar .....	47
Tabel 4.4 Daftar <i>Weight</i> dan Jumlah <i>Edge</i> .....	48
Tabel 4.5 Daftar <i>Nodes</i> dengan 3 Nilai <i>Weight</i> Tertinggi .....	49
Tabel 4.6 Jumlah <i>Connected Components</i> .....	51
Tabel 4.7 Daftar <i>Connected Components</i> dengan Jumlah <i>Nodes</i> Terbesar .....	51
Tabel 4.8 Daftar <i>Weight</i> dan Jumlah <i>Edge</i> .....	52
Tabel 4.9 Daftar <i>Nodes</i> dengan 3 Nilai <i>Weight</i> Tertinggi .....	53
Tabel 4.10 Daftar 10 Besar <i>Degree Centrality</i> .....	54
Tabel 4.11 Daftar 9 Besar <i>Degree Centrality</i> .....	56
Tabel 4.12 Daftar 2 Besar <i>Closeness Centrality</i> pada Setiap 4 Besar <i>Connected Components</i> .....	58
Tabel 4.13 Daftar 2 Besar <i>Closeness Centrality</i> pada Setiap 3 Besar <i>Connected Components</i> .....	60
Tabel 4.14 Daftar 5 Besar <i>Betweenness Centrality</i> .....	62
Tabel 4.15 Daftar 5 Besar <i>Betweenness Centrality</i> .....	64
Tabel 4.16 Daftar 8 Besar <i>Eigenvector Centrality</i> .....	66
Tabel 4.17 Daftar 5 Besar <i>Eigenvector Centrality</i> .....	68
Tabel 4.18 Tabel Perbedaan Data .....	77
Tabel 4.19 Tabel Centrality Event Braga Culinary Night ke-5 .....	80
Tabel 4.20 Tabel Centrality Event Braga Culinary Night ke-6 .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Braga Culinary Night.....	1
Gambar 1.2 Logo Twitter .....	2
Gambar 1.3 Persentase Pengguna Internet Indonesia .....	3
Gambar 1.4 Presentase Penggunaan Media Sosial di Indonesia.....	4
Gambar 1.5 Peringkat 20 Kota di Dunia dengan Jumlah Tweet Terbanyak.....	5
Gambar 1.6 Karakteristik Big Data.....	6
Gambar 1.7 Penggunaan Big Data Analytic .....	7
Gambar 1.8 Braga Culinary Night Ke-2 .....	8
Gambar 1.9 Braga Culinary Night Ke-4 .....	9
Gambar 2.1 Model Universal Komunikasi .....	16
Gambar 2.2 Social Network.....	23
Gambar 2.3 Centrality.....	23
Gambar 2.4 Degree Centrality .....	24
Gambar 2.5 Betweeness Centrality.....	25
Gambar 2.6 Closeness Centrality.....	26
Gambar 2.7 Eigenvector Centrality .....	27
Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian .....	39
Gambar 3.2 <i>Software</i> Gephi.....	41
Gambar 4.1 Visualisasi Penyebaran Informasi Braga Culinary Night ke-5 .....	46
Gambar 4.2 Visualisasi <i>Edges</i> dalam Penyebaran Informasi Braga Culinary Night ke-5 .....	48
Gambar 4.3 Visualisasi Penyebaran Informasi Braga Culinary Night ke-6 .....	50
Gambar 4.4 Visualisasi <i>Edges</i> dalam Penyebaran Informasi Braga Culinary Night ke-6.....	52
Gambar 4.5 Distribusi <i>Degree Centrality</i> .....	55
Gambar 4.6 Visualisasi <i>Degree Centrality</i> .....	55
Gambar 4.7 Distribusi <i>Degree Centrality</i> .....	57
Gambar 4.8 Visualisasi <i>Degree Centrality</i> .....	57
Gambar 4.9 Distribusi <i>Closeness Centrality</i> .....	59
Gambar 4.10 Visualisasi <i>Closeness Centrality</i> .....	59
Gambar 4.11 Distribusi <i>Closeness Centrality</i> .....	61
Gambar 4.12 Visualisasi <i>Closeness Centrality</i> .....	61
Gambar 4.13 Distribusi <i>Betweeness Centrality</i> .....	63
Gambar 4.14 Visualisasi <i>Betweeness Centrality</i> .....	63
Gambar 4.15 Distribusi <i>Betweeness Centrality</i> .....	65
Gambar 4.16 Visualisasi <i>Betweeness Centrality</i> .....	65

Gambar 4.17 Distribusi <i>Eigenvector Centrality</i> .....	67
Gambar 4.18 Visualisasi <i>Eigenvector Centrality</i> .....	67
Gambar 4.19 Distribusi <i>Eigenvector Centrality</i> .....	68
Gambar 4.20 Visualisasi <i>Eigenvector Centrality</i> .....	69
Gambar 4.21 <i>Tweet</i> Ridwan Kamil.....	70
Gambar 4.22 <i>Tweet</i> Ridwan Kamil.....	71
Gambar 4.23 <i>Tweet</i> BragaCulinary.....	71
Gambar 4.24 <i>Tweet</i> Simamaung.....	72
Gambar 4.25 <i>Tweet</i> EhBdg.....	73
Gambar 4.26 <i>Tweet</i> Ridwan Kamil.....	74
Gambar 4.27 <i>Tweet</i> Ridwan Kamil.....	74
Gambar 4.28 <i>Tweet</i> BragaCulinary.....	75
Gambar 4.29 <i>Tweet</i> BragaCulinary.....	75
Gambar 4.30 <i>Tweet</i> InfoBdg.....	76
Gambar 4.31 Grafik Jumlah <i>Tweet</i> Perhari Braga Culinary Night ke-5.....	78
Gambar 4.32 Grafik Jumlah <i>Tweet</i> Perhari Braga Culinary Night ke-6.....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Data Mentah CSV.....	95
Lampiran B Data Reduksi.....	96
Lampiran C Hasil Perhitungan Gephi.....	97