

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat dalam satu dekade terakhir telah meningkatkan jumlah produk maupun layanan berbasis teknologi yang tersedia di Indonesia, termasuk layanan pendidikan berbasis teknologi (*EdTech*). Persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan *EdTech* untuk lebih efektif dan efisien dalam menjalankan aktifitas untuk mempertahankan posisi bisnis mereka, termasuk Zenius. Oleh karena itu penting bagi Zenius untuk mengadopsi strategi yang tepat dan menggunakannya untuk mencapai tujuan perusahaan, termasuk dalam merancang strategi pemasaran pada media sosial perusahaan. Seiring dengan perkembangan teknologi, aktifitas pemasaran perusahaan telah melibatkan teknologi untuk mendukung pencapaian tujuan pemasaran, salah satunya adalah menggunakan media sosial Twitter.

Konten yang dibuat pengguna di media sosial Twitter dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai sumber untuk mendapatkan informasi mengenai pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengolah dan menganalisis konten yang dibuat pengguna di media sosial Twitter mengenai Zenius untuk menghasilkan wawasan yang berguna dalam perancangan taktik pemasaran pada media sosial Twitter perusahaan.

Data konten yang besar menyebabkan perlunya metode dan teknik khusus dalam mengolah data. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode *social network analysis* dan *topic modelling* untuk mengolah data. Metode *social network analysis* digunakan untuk mengidentifikasi jumlah komunitas yang terbentuk serta mengidentifikasi *influencer* dalam jaringan sosial dengan melakukan pengukuran metrik *modularity* dan metrik *centrality*. Sedangkan metode *topic modelling* digunakan untuk mengekstrasi data dan menemukan topik tersembunyi dari suatu dokumen dengan menggunakan teknik *latent dirichlet allocation*.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 1.952 komunitas yang terbentuk dalam jaringan sosial Zenius. Sedangkan *influencer* dalam jaringan sosial Zenius diantaranya adalah akun “@sbmptnfess”, “@schfess”, “@singkitdiary”, “@watsflow”, dan akun “@utbkfess”. Adapun topik yang paling banyak dibicarakan dalam jaringan sosial Zenius adalah topik terkait pendidikan, seperti topik mengenai berbagi catatan, ringkasan materi, dan pembahasan latihan soal Zenius untuk UTBK maupun Ujian Mandiri.

Wawasan mengenai pasar ini kemudian melewati tahap analisis data kualitatif untuk menyusun rekomendasi taktik pemasaran pada media sosial yang dapat dilakukan Zenius. Adapun penelitian selanjutnya dapat melakukann analisis wawasan pemasaran lainnya yang dapat digunakan untuk menyusun taktik pemasaran pada media sosial yang lebih akurat.

Kata Kunci: Pemasaran, Media Sosial, *EdTech*, *Social Network Analysis*, *Topic Modelling*