

**Preferential Attachment Pada Pemasaran Olahraga Di Media Sosial:
Studi SNA Pada Tagar #TorangBisa PON XX Tahun 2021 =
Preferential Attachment to Sports Marketing on Social Media: SNA
Study on the hashtag #TorangBisa PON XX in 2021**

Muhamad Ibnu Adam, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516571&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini ingin mengkaji peranan tagar dan akun dalam menggiring viral marketing pada media sosial. Apakah tagar yang digerakkan akun bisa menciptakan viralitas pada suatu kampanye pemasaran di platform digital. Untuk menguji itu, akan dibandingkan juga dengan perbincangan tanpa tagar atau melalui kata kunci organik terkait kampanye pemasaran yang sama. Teori yang dipergunakan adalah Keterikatan Preferensial atau Preferential Attachment (PA), yakni sebuah model untuk menjelaskan pola jaringan sosial dalam suatu perbincangan atau percakapan isu yang berjumlah besar serta melihat akun dominan dari perbincangan tersebut. Kasus yang diteliti adalah pemasaran digital ajang PON Papua dengan tagar #TorangBisa vs kata kunci organik terkait PON Papua. Metode yang dipakai adalah Analisis Jaringan Sosial (Social Network Analysis/SNA). Hasil penelitian ini ingin mengungkap jaringan perbincangan pada pemasaran digital #TorangBisa dibandingkan dengan jaringan perbincangan melalui kata kunci bebas organik terkait PON Papua serta mengungkap apakah ada akun utama (influencer) yang memiliki pengaruh terhadap akun lainnya dalam menggerakkan viralitas tersebut. Sehingga, penelitian ini memberikan gambaran lebih menyeluruh dalam keberhasilan dari pemasaran digital yang dilakukan PON Papua atau justru yang terjadi lebih didominasi percakapan di luar dari kampanye pemasaran yang dilakukan penyelenggara PON Papua.This research wants to examine the role of hashtags and accounts in driving viral marketing on social media. Can account driven hashtags create virality in a marketing campaign on a digital platform. To test this, we will also compare conversations without hashtags or through organic keywords related to the same marketing campaign. The theory used is Preferential Attachment (PA), which is a model to explain social network patterns in a large number of conversations or issues and see the dominant account of the conversation. The case studied is digital marketing for the Papua PON event with the hashtag #Torang Bisa vs organic keywords related to the Papua PON. The method used is Social Network Analysis (SNA). The results of this study want to reveal the conversation network in digital marketing #Torang Bisa compared to the discussion network through organic free keywords related to PON Papua and reveal whether there are main accounts (influencers) that have influence on other accounts in driving this virality. Thus, this research provides a more comprehensive picture of the success of digital marketing carried out by PON Papua or precisely what is happening is more dominated by conversations outside of marketing campaigns carried out by PON Papua organizers.