

REFERENCES

- [1] A. Ristantya, V. Okiyani, E. Triyandah, F. Febrianti, S. Aninditha, and S. Kamalliah, "Analisa Interaksi Pelanggan dengan Konsep Social Network Analysis untuk Mengetahui Persepsi Positif dan Negatif berdasarkan Komentar pada Media Sosial Instagram," *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, vol. 4, no. 2, Art. no. 2, Sep. 2020, doi: 10.30645/j-sakti.v4i2.217
- [2] A. P. Rabbani, A. Alamsyah, and S. Widiyanesti, "ANALISA INTERAKSI USER DI MEDIA SOSIAL MENGENAI INDUSTRI FINTECH MENGGUNAKAN SOCIAL NETWORK ANALYSIS (STUDI KASUS: GOPAY, OVO DAN LINKAJA)," *Jurnal Mitra Manajemen*, vol. 4, no. 3, Art. no. 3, Mar. 2020, doi: 10.52160/ejmm.v4i3.352
- [3] Y. D. P. Ariyanti, "Analisis Centrality Aktor pada Penyebaran Informasi Kuliner di Media Sosial dengan menggunakan Social Network Analysis," *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering*, vol. 2, no. 1, Art. no. 1, Jun. 2022. Available: <https://www.e-journal.ivet.ac.id/index.php/jsite/article/view/2306>
- [4] G. A. Suganda, H. H. Putri, M. Nurtikasary, and S. U. A.r, "Analisis Jejaring Sosial Smartfren Pada Sosial Media Twitter Dengan Metode Text Network Analysis (TNA)," *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, vol. 4, no. 2, Art. no. 2, Sep. 2020, doi: 10.30645/j-sakti.v4i2.218
- [5] R. A. R, W. W. Winarno, and M. R. Arief, "ANALISIS PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL UNTUK PENENTUAN KONSENTRASI MAHASISWA DENGAN METODE SOCIAL NETWORK ANALYSIS (Studi Kasus: Universitas Nusantara PGRI Kediri)," *Telematika*, vol. 8, no. 2, Art. no. 2, Aug. 2015, doi: 10.35671/telematika.v8i2.394. Available: <https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/telematika/article/view/394>
- [6] M. T. Anwar, "Analisis Pola Persebaran Pornografi pada Media Sosial dengan Social Network Analysis," *Jurnal Buana Informatika*, vol. 9, no. 1, Art. no. 1, Jul. 2018, doi: 10.24002/jbi.v9i1.1667
- [7] W. Khalyubi, C. D. Bangun, M. R. Romadhona, and F. Ardiyansyah, "Pemantauan Penggunaan Media Sosial Twitter Menggunakan Social Network Analysis dalam Melihat Politik Programatik pada Kampanye Pilkada Kota Depok Tahun 2020," *Jurnal Adhyasta Pemilu*, vol. 4, no. 1, Art. no. 1, Dec. 2021, doi: 10.55108/jap.v4i1.45
- [8] A. I. Purba, I. Indra, and A. Nugroho, "Pemetaan Dampak Sosial dan Ekonomi Akibat Covid-19 Pada Stakeholder Kopi Aceh Tengah Menggunakan Pendekatan Social Network Analysis (SNA)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, vol. 8, no. 2, Art. no. 2, May 2023, doi: 10.17969/jimfp.v8i2.24023

- [9] M. K. Bratawisnu and A. Alamsyah, "SOCIAL NETWORK ANALYSIS UNTUK ANALISA INTERAKSI USER DIMEDIA SOSIAL MENGENAI BISNIS E-COMMERCE (STUDI KASUS: LAZADA, TOKOPEDIA DAN ELEVENIA)," *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 2, no. 2, Art. no. 2, Aug. 2018, doi: 10.36555/almana.v2i2.143
- [10] A. Rifai, E. P. Rachmawati, and D. A. Wicaksono, "Social Network Analysis dalam Mengukur Keaktifan Promosi Universitas di Media Sosial Twitter," *Indonesian Journal of Computer Science*, vol. 11, no. 3, Art. no. 3, Dec. 2022, doi: 10.33022/ijcs.v11i3.3097. Available: <http://ijcs.stmikindonesia.ac.id/ijcs/index.php/ijcs/article/view/3097>
- [11] J. M. Balogh and T. Mizik, "Impacts of Marketing Strategy and Social Media Activity on the Profitability of Online Wine Shops: The Case of Hungary," *Economies*, vol. 10, no. 12, Art. no. 12, Dec. 2022, doi: 10.3390/economies10120301

