

REVIEW JURNAL

Judul	Pemanfaatan Big Data dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran
Nama Jurnal	Jurnal Ilmiah Satya Negara Indonesia
Volume dan Halaman	Vol 11 No.2 dan 68-89
Tahun	2018
Penulis	Riri Fajriah
Reviewer	Abdul Hadi Fikri
Tanggal Reviewer	20 September 2021
Latar Belakang	Awalnya Big Data adalah sebuah sistem teknologi yang diperkenalkan untuk menanggulangi ‘ledakan informasi’ seiring dengan semakin bertumbuhnya ekosistem pengguna perangkat mobile dan data internet. Pertumbuhan perangkat mobile dan data internet ternyata sangat mempengaruhi perkembangan volume dan jenis data yang terus meningkat secara signifikan di dunia maya.
Tujuan Penelitian	Big Data dapat diasumsikan sebagai sebuah media penyimpanan data yang menawarkan ruang tak terbatas, serta kemampuan untuk mengakomodasi dan memproses berbagai jenis data dengan sangat cepat.
Permasalahan	Berbagai jenis data, mulai data yang berupa teks, gambar atau foto, video hingga bentuk data-data lainnya membanjiri sistem komputasi. Tentunya hal ini perlu jalan keluar dan Big Data adalah solusi yang kerap digaungkan beberapa waktu belakangan ini, dan kemunculannya memang dianggap solusi dari fakta yang menunjukkan bahwa pertumbuhan data dari waktu ke waktu telah melampaui batas kemampuan media penyimpanan maupun sistem database yang ada saat ini.
Metodologi Penelitian	<p>Beberapa tools yang tersedia untuk penerapan Big Data dapat dikategorikan menjadi 2, berbayar (personalized software) dan tidak berbayar (berbasis open source software).</p> <p>Tahapan aktivitas dan dukungan teknologi pada Big Data yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Acquired berhubungan sumber dan cara mendapatkan data. <input type="checkbox"/> Accessed berhubungan dengan daya akses data; data yang sudah dikumpulkan memerlukan tata kelola, integrasi, storage dan computing agar dapat dikelola untuk tahap berikutnya. Beberapa processing/computing tools : Hadoop, Nvidia CUDA, Twitter storm, GraphLab. Beberapa tools terkait storage : neo4J, Titan, HDFS. Analytic berhubungan dengan

	informasi yang akan didapatkan, hasil pengelolaan data yang telah diproses. Analitik yang dilakukan dapat berupa descriptive (penggambaran data), diagnostic (mencari sebab akibat berdasar data), predictive (memprediksi kejadian dimasa depan), prescriptive analytic (merekomendasikan pilihan dan implikasi dari setiap opsi). Beberapa analytic tools : MLPACK, Mahout, R. Application terkait visualisasi dan reporting hasil dari analitik. Contoh application tool : RStudio.
Hasil Penelitian	Pada bagan diatas terlihat bahwa analisa dalam pengolahan data melalui media social media terdiri dari 4 aspek Social Media Impact (Evaluasi dari layanan pelanggan, kampanye produk, kerja sama dengan pegawai dalam pemanfaatan marketing menggunakan social media), Social Media Segmentation (Pembagian kategori pelanggan berdasarkan indikator tertentu), Social Media Relationships (Analisa kebiasaan/trend yang menjadi pembicaraan di social media untuk kepentingan penempatan strategi pemasaran), Social Media Discovery (Menemukan ide-ide baru dalam pemasaran).
Kelebihan	Pemodelan yang terdapat dalam penelitian ini sangat membantu untuk menunjukan hasil penelitian yang lebih akurat
Kekurangan	Penelitian ini masih sangat sedikit , sehingga penguatan secara teori untuk penelitian ini masih kurang .