

## INTISARI

### **PENGEMBANGAN SISTEM REKOMENDASI DUA ARAH INFLUENCER-KAMPANYE MENGGUNAKAN METODE SAW (SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING)**

Melani Putri Pratama

21/479409/SV/19498

Pada era digital saat ini, pelaku bisnis mulai beralih dari pemasaran konvensional ke pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Salah satu strategi pemasaran digital yang semakin populer adalah penggunaan jasa *influencer*. Namun, dalam proses pencarian serta pencocokan antara kampanye dan *influencer* seringkali dilakukan secara manual. Selain itu, terbatasnya informasi terkait kampanye dan *influencer* seringkali menjadi penghambat dalam berjalannya sebuah kampanye. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis mengembangkan sebuah sistem yang bertujuan untuk mempertemukan agency dan influencer. Sistem ini dapat membantu agency dalam mengelola kampanye dan memberikan rekomendasi *influencer* yang sesuai dengan kebutuhan kampanye, serta membantu *influencer* dalam mendapatkan rekomendasi kampanye yang sesuai dengan profilnya menggunakan metode *Simple Additive Weighting*. Hasil pengujian pada sistem dengan *blackbox testing* menunjukkan bahwa semua fitur sudah sesuai dan dapat berjalan dengan baik. Selain itu pada pengujian beban untuk fitur rekomendasi *influencer*-kampanye menunjukkan rata-rata waktu respon masing masing 720 ms dan 498 ms. Berdasarkan *user acceptance testing*, sistem dapat diterima dengan baik oleh pengguna dengan tingkat penerimaan sebesar 87% untuk *agency* serta 93,75% untuk *influencer* yang diukur menggunakan *skala likert*. Sistem ini diharapkan dapat membantu *agency* dalam mengelola kampanye termasuk mendapatkan rekomendasi influencer yang sesuai dengan tujuan kampanye serta membantu influencer dalam mendapatkan rekomendasi kampanye yang sesuai dengan profilnya.

Kata Kunci: Sistem Rekomendasi, *Influencer*, Kampanye, *Simple Additive Weighting*

## ***ABSTRACT***

### ***DEVELOPMENT OF TWO-WAY INFLUENCER-CAMPAIGN RECOMMENDATION SYSTEM USING SAW (SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING) METHOD***

Melani Putri Pratama

21/479409/SV/19498

*In the current digital era businesses are shifting from conventional marketing to digital marketing to reach a broader audience. One increasingly popular digital marketing strategy is the use of influencer services. However, the process of finding and matching influencers with campaigns is often carried out manually. Additionally, the limited availability of information regarding campaigns and influencers often hinders the success of a campaign. To address these issues, this study developed a system designed to connect agencies with influencers. The system assists agencies in managing campaigns and provides influencer recommendations that align with campaign needs, while also helping influencers receive campaign recommendations that match their profiles using the Simple Additive Weighting (SAW) method. System testing using black-box testing indicates that all features function correctly and perform well. Furthermore, load testing on the influencer-campaign recommendation feature shows an average response time of 720 ms and 498 ms respectively. Based on user acceptance testing, the system was well received, with an acceptance rate of 87% from agencies and 93.75% from influencers, measured using a Likert scale. This system is expected to assist agencies in managing campaigns, including obtaining influencer recommendations aligned with campaign objectives, as well as helping influencers receive campaign recommendations that match their profiles.*

*Keywords: Recommendation System, Influencer, Campaign, Simple Additive Weighting*