

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Kaskus	1
1.1.2 Smartfren.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Perumusan Masalah	14
1.4 Pernyataan Penelitian	15
1.5 Tujuan Penelitian	15
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.6.1 Aspek Teoritis	16
1.6.2 Aspek Praktis	16
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	16
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	16
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian	16
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	18
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1 Brand (Merek).....	18
2.1.1 Big Data	20
2.1.2 Social Computing.....	20
2.1.3 Data Mining	22
2.1.4 Text Mining.....	22

2.1.5 Analisis Sentimen	23
2.1.6 UGC (User Generated Content)	24
2.1.7 Metode Klasifikasi	25
2.1.8 Media Sosial.....	27
2.1.9 Word Cloud.....	30
2.1.10 Penelitian Terdahulu	31
2.2 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Karakteristik Penelitian.....	39
3.2 Tahapan Pelaksanaan Penelitian	41
3.3 Pengumpulan Data dan Sumber Data	42
3.4 Teknik Analisis Data.....	43
3.4.1 Corpus	43
3.4.2 Preprocessing	43
3.4.3 Pembobotan.....	44
3.4.4 Naive Bayes Classifier	46
3.4.5 Validasi dan Evaluasi.....	51
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Karakteristik User	54
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Dataset.....	54
4.2.2 Corpus	54
4.2.4 Proses Klasifikasi	55
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	59
4.3.1 Klasifikasi menggunakan Naive Bayes Classifier	59
4.3.2 Ringkasan kata menggunakan wordcloud.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Aspek Teoritis Untuk Penelitian Selanjutnya	64
5.2.2 Aspek Praktis Untuk Perusahaan	64
DAFTAR PUSTAKA	65