

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	v
<b>NASKAH SOAL TUGAS AKHIR</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>INTISARI</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Asumsi dan Batasan.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b> .....	10
3.1 <i>Product Improvement</i> .....	10
3.2 Twitter.....	10
3.3 Text Mining.....	11
3.4 Pra-pemrosesan Teks.....	11
3.5 Pemodelan Topik.....	12
3.6 LDA.....	12
3.7 Evaluasi Pemodelan Topik.....	13
3.8 Pelabelan Topik.....	15
3.9 Analisis Sentimen.....	15
3.10 VADER.....	16
3.11 Opportunity Algorithm.....	17
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b> .....	19

4.1	Objek Penelitian.....	19
4.2	Alat yang dibutuhkan.....	19
4.3	Tahapan Penelitian.....	20
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>26</b>
5.1	Pengambilan data Twit.....	26
5.2	Prapemrosesan Data.....	28
5.3	LDA <i>Data Preparation</i> .....	30
5.4	Eksperimen .....	31
5.5	Pemodelan Topik .....	35
5.6	Visualisasi Pemodelan Topik.....	36
5.7	Pelabelan Topik .....	36
5.8	Perbandingan dan Dinamika Topik.....	45
5.9	Analisis Tingkat Kepentingan.....	49
5.10	Analisis Sentimen dan Tingkat Kepuasan .....	49
5.11	Peluang Inovasi.....	50
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>57</b>
6.1	Kesimpulan .....	57
6.2	Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>64</b>