

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR MODUL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Batasan Masalah.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Analisis Sentimen.....	17
2.2 <i>Text Mining</i>	18
2.3 Janji Jiwa	19
2.4 Kopi Kenangan.....	20
2.5 Twitter	21
2.6 <i>Market Share</i>	21
2.7 <i>Web Scraping</i>	22
2.8 <i>Machine Learning</i>	23
2.9 <i>Text Preprocessing</i>	23
2.10 <i>Term Frequency-Inverse Document Frequency (TF-IDF)</i>	25

2.11 Naïve Bayes.....	26
2.12 <i>Support Vector Machine</i> (SVM)	27
2.13 <i>Confusion Matrix</i>	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Data Penelitian	30
3.3 Tahapan Penelitian	30
3.4 Diagram Alir Penelitian	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Pengambilan Data (<i>scraping</i>).....	40
4.2 Pelabelan Data.....	40
4.2.1 Kopi Kenangan	42
4.2.2 Janji Jiwa.....	51
4.3 <i>Preprocessing Data</i>	64
4.3.1 <i>Case Folding</i> dan <i>Cleaning Text</i>	64
4.3.2 Normalisasi Kata.....	65
4.3.3 Stopword Removal.....	67
4.3.4 Stemming	68
4.4 TFIDF.....	70
4.5 Naïve Bayes.....	73
4.6 SVM	75
4.7 <i>Confusion Matrix</i>	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	92