

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
INTISARI	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Asumsi dan batasan masalah	5
1.4 Tujuan penelitian	5
1.5 Manfaat penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
BAB III LANDASAN TEORI	14
3.1 Kebutuhan Pelanggan	14
3.2 YouTube	14

3.3 <i>Text Mining</i>	15
3.4 <i>Topic Modeling</i>	16
3.5 Latent Dirichlet Allocation (LDA)	17
3.6 Evaluasi <i>Topic Model</i>	19
3.7 <i>Sentiment Analysis</i>	20
3.8 Valance Aware Dictionary for sEntiment Reasoning (VADER)	21
3.9 <i>Opportunity Algorithm</i>	21
3.10 Pemberian Label (<i>Labeling</i>)	26
BAB IV METODE PENELITIAN	28
4.1 Objek Penelitian	28
4.2 Alat yang Diperlukan	28
4.3 Tahapan Penelitian	29
4.3.1. Pengambilan Data Komentar YouTube	29
4.3.2. Seleksi Data dan Terjemah	29
4.3.3. Proses <i>Preprocessing Text</i>	29
4.3.4. <i>Topic Modelling</i> dan Pengujian Parameter	30
4.3.5. Evaluasi <i>Model Topic Modelling</i>	31
4.3.6. Pemberian Label (<i>Labeling</i>)	31
4.3.7. Analisis Tingkat Kepentingan	32
4.3.8. <i>Sentiment Analysis</i>	32
4.3.9. Analisis Tingkat Kepuasan	32
4.3.10. Analisis Peluang	33
4.3.11. Evaluasi Peluang Inovasi	33
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	35
5.1 Pengambilan Data Komentar YouTube	35
5.2 Seleksi Data dan Translasi	37
5.3 <i>Topic Modelling</i> Menggunakan LDA	46

5.4 Evaluasi <i>Model Topic Modelling</i>	48
5.5 Menjalankan LDA dengan Parameter Optimal	50
5.6 Pemberian Label	51
5.7 Analisis Tingkat Kepentingan Topik	51
5.8 <i>Sentiment Analysis</i>	53
5.9 Analisis Tingkat Kepuasan Produk	54
5.10 Analisis Peluang	55
5.11 Evaluasi Peluang Inovasi	59
5.11.1 <i>Underserved</i>	59
5.11.2 <i>Appropriately Served</i>	64
5.11.3 <i>Overserved</i>	68
BAB VI PENUTUP	71
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	78