

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Analisis Sentimen di Jejaring Sosial	4
2.2 Preferensi Pengguna	5
2.3 Pengembangan Bisnis Berbasis <i>Online</i>	6
BAB III LANDASAN TEORI	12
3.1 <i>Web Scraping</i>	12
3.1.1. Modul Scrapy	13

3.2	Analisis Sentimen	14
3.3	<i>Preprocessing</i>	15
3.4	<i>Data Mining</i>	17
3.5	<i>Text Mining</i>	19
3.6	<i>TextRank</i>	20
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN		23
4.1	Bahan Penelitian	23
4.2	Alat Penelitian	23
4.2.1	Python	23
4.2.2	Visual Studio Code	23
4.2.3	Scrapy	24
4.2.4	Jupyter Notebook	24
4.2.5	Vader Sentiment Analysis	25
4.2.6	Textrank	25
4.2.7	Pandas Dataframe	26
4.2.8	Natural Language Toolkit(NLTK)	26
4.2.9	NumPy	26
4.2.10	Matplotlib	26
4.2.11	Spacy	26
4.3	Alur Penelitian	27
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		32
5.1	Web Scrape	32
5.2	Analisis Sentimen	32
5.3	Preprocessing	34
5.4	Textrank	35
5.4.1	Textrank pada Kelompok Sentimen	36

5.4.2 Textrank Tahunan Sentimen Keseluruhan	40
5.4.3 Textrank Tahunan Sentimen Positif	43
5.4.4 Textrank Tahunan Sentimen Negatif	47
5.4.5 Textrank Tahunan Sentimen Netral	51
5.4.6 Textrank Bulan 2020	54
5.4.6.1 Textrank Sentimen Positif 2020	58
5.4.6.2 Textrank Sentimen Negatif 2020	61
5.4.6.3 Textrank Sentimen Netral 2020	64
5.5 Pembahasan	66
BAB VI PENUTUP	71
6.1 Kesimpulan	71
6.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	74