

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Tiket.com.....	3
Gambar 1. 2 Laman Profil Media Sosial Tiketcom.....	5
Gambar 1. 3 Konten pada Media Sosial Tiket.com.....	6
Gambar 1. 4 Kerja sama Tiket.com dengan Influencer.....	6
Gambar 1. 5 Promo Tiket.com	7
Gambar 1. 6 Contoh Post potongan harga di Twitter Tiket.com.....	7
Gambar 1. 7 Konten Informasi atau Edukasi Tiket.com	8
Gambar 1. 8 Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan.....	9
Gambar 1. 9 Laman Instagram Tiketcom.....	10
Gambar 1. 10 Contoh komentar di post Instagram @tiket	10
Gambar 3. 1 Kerangka Tahapan Penelitian	11
Gambar 3. 2 Contoh Set Data yang Diperoleh	42
Gambar 3. 3 Contoh Set Data setelah Tahap Pemilihan.....	43
Gambar 3. 5 Ilustrasi latent dirichlet allocation.....	46
Gambar 4. 1 Gambar Data Sebelum dilakukan Preprocessing.....	51
Gambar 4. 2 Evaluasi Performance di software Rapidminer.....	51
Gambar 4. 3 Hasil dari Evaluasi Performansi Model Klasifikasi.....	52
Gambar 4. 4 Hasil Recall Class.....	54
Gambar 4. 5 Visualisasi Hasil Topic Modelling	56
Gambar 4. 6 Visualisasi Hasil Topic Modelling 1	58
Gambar 4. 7 Visualisasi Jaringan Sosial Penyebaran eWOM mengenai Tiket.com	59
Gambar 4. 8 Contoh eWOM oleh yang Menandai @Raffinagita1717	63
Gambar 4. 9 Event Giveaway yang diadakan Tiket.....	64
Gambar 4. 10 Komunitas Pertama pada eWOM Tiket.com.....	65
Gambar 4. 11 Komunitas Kedua pada eWOM Tiket.com.....	66
Gambar 4. 12 Komunitas Ketiga hingga Kelima pada eWOM Tiket.com.....	66
Gambar 4. 13 Hasil Klarifikasi Sentimen eWOM Secara Dinamis.....	71
Gambar 4. 14 Contoh post mengenai MotoGP Mandalika.....	70
Gambar 4. 15 Contoh Komentar Saat Konsumen Berpartisipasi	73
Gambar 4. 16 Dinamika Size Jaringan	75
Gambar 4. 17 Contoh Komentar Keluhan Pengguna Tiket.com.....	76
Gambar 4. 18 Contoh postingan Tiket.com yang Memuat @raffinagita1717.....	81
Gambar 4. 19 Profil Instagram @sudiandhika	82

Gambar 4. 20 Contoh post @sudinadhika.....	83
Gambar 4. 21 Contoh Post Tiket.com yang Memuat @sudiandhika	84
Gambar 4. 22 Contoh postingan Tiket.com.....	85