

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan.....	1
PERNYATAAN ORISINALITAS	2
ABSTRAK	3
<i>ABSTRACT</i>	4
LEMBAR PENGESAHAN	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI.....	7
BAB I PENDAHULUAN	10
1.1. Latar Belakang Masalah	10
1.2. Perumusan Masalah.....	11
1.3. Batasan masalah	11
1.4. Tujuan.....	11
1.5. Metodologi Penyelesaian Masalah.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Media Sosial.....	13
2.1.1. Definisi Media Sosial	13
2.1.2. Twitter	13
2.2. Data Mining	14
2.2.1. Metode dan Algoritma Data Mining	14
2.3. Pre-processing Data	16
2.3.1. Case Folding	16
2.3.2. Tokenisasi	16
2.3.4. <i>Stemming</i>	17
2.4. POS Tagging	17
2.5. Ekstraksi Fitur.....	18
2.5.1. <i>Unigram</i>	18

2.5.2. <i>Bigram Collocation</i>	19
2.6. Analisis Sentimen	19
2.7. SVM (<i>Support Vector Machine</i>).....	20
2.8. Cross Validation.....	22
2.9. Preference Value	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Rancangan Umum Sistem	25
3.2. Rancangan Sistem	25
3.2.1. Input Data.....	26
3.2.2. Pre-processing Data	26
3.2.3. POS Tagging.....	26
3.2.4. Ekstraksi Fitur	26
3.2.5. Klasifikasi dengan algoritma SVM.....	26
3.2.6. Menghitung nilai akurasi, <i>recall</i> , <i>precision</i> dengan menggunakan <i>Cross Validation</i>	27
3.2.7. Menghitung nilai <i>preference value</i>	27
3.3. Perangkat Keras dan Perangkat Lunak Pendukung	27
BAB IV IMPLEMENTASI SISTEM	28
4.1. Data yang Digunakan.....	28
4.2. Pre-Processing Data	29
4.3. Skenario Pengujian.....	34
4.4. Pengujian Data	34
4.5 Analisis.....	36
4.5.1 Analisis akurasi	36
4.5.2. Analisis <i>Presicion</i>	37
4.5.3 Analisis <i>Recall</i>	38
4.5.4. Analisis <i>Preference Value</i>	40
BAB V PENUTUP.....	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2. Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43

LAMPIRAN.....	44
1. Source Code <i>Streaming</i> Twitter.....	45
2. Source Code Analisis Sentimen.....	46