

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR ISTILAH .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	8
I.3 Tujuan Penelitian .....	8
I.4 Batasan Penelitian .....	9
I.5 Manfaat Penelitian .....	9
I.6 Sistematika Penulisan .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
II.1 Penelitian Terdahulu .....	12
II.2 Pariwisata .....	15
II.3 Media Sosial .....	16
II.4 <i>Text Mining</i> .....	17
II.5 Analisis Sentimen .....	18
II.6 <i>Naïve Bayes Classifier</i> .....	19
II.7 Pandas .....	20
II.8 Google Cloud API .....	21

II.9	<i>Web Scraping</i> .....	21
II.10	MySQL .....	22
II.11	<i>Data Warehouse</i> .....	22
II.12	<i>Snowflake Schema</i> .....	23
II.13	ETL .....	24
II.14	Metodologi Inmon .....	25
II.15	Metodologi Kimball.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		27
III.1	Kerangka Berpikir .....	27
III.2	Sistematika Penyelesaian Masalah .....	28
III.2.1	Identifikasi Masalah .....	28
III.2.2	Pengumpulan Data .....	29
III.2.3	Pembuatan Model Analisis Sentimen .....	29
III.2.4	Perancangan Desain <i>Data warehouse</i> .....	29
III.2.5	Tahap Implementasi .....	29
III.2.6	Evaluasi <i>Data warehouse</i> .....	30
BAB IV PERANCANGAN DAN DESAIN SISTEM.....		31
IV.1	Pengambilan Data.....	31
IV.1.1	Identifikasi Kebutuhan Data .....	31
IV.1.2	Pengambilan Data YouTube .....	32
IV.1.3	Pengambilan Data TikTok .....	32
IV.1.4	Pengambilan Data Wisata .....	33
IV.2	Pembuatan Model Analisis Sentimen.....	34
IV.3	Perancangan Tabel Dimensi dan Fakta .....	37
IV.4	Perancangan Arsitektur <i>Data Warehouse</i> .....	38
IV.5	Proses ETL .....	40

IV.5.1	<i>Extract</i> .....	40
IV.5.2	<i>Transform</i> .....	41
IV.5.3	<i>Load</i> .....	49
BAB V HASIL DAN ANALISIS .....		50
V.1	Performa Model Analisis Sentimen .....	50
V.2	Hasil ETL .....	51
V.2.1	Output Program .....	51
V.2.2	Tabel Dimensi <i>Tourism</i> .....	52
V.2.3	Tabel Dimensi <i>Tourism Regency</i> .....	52
V.2.4	Tabel Dimensi <i>Tourism Category</i> .....	53
V.2.5	Tabel Dimensi <i>Date</i> .....	53
V.2.6	Tabel Dimensi <i>Social Media</i> .....	54
V.2.7	Tabel Dimensi <i>User</i> .....	54
V.2.8	Tabel Fakta ( <i>Fact Table</i> ) .....	54
V.3	Pengujian ETL dan <i>Data Warehouse</i> .....	55
V.3.1	Penambahan Data pada Tabel <i>dim_user</i> .....	55
V.3.2	Penambahan Data pada Tabel <i>dim_date</i> .....	56
V.3.3	Penambahan Data pada Tabel <i>fact_table</i> .....	56
V.3.4	Tabel Tidak Mengalami Penambahan Data .....	56
V.3.5	Output Akhir Pengujian Program ETL .....	57
V.4	Visualisasi <i>Data Warehouse</i> .....	58
V.4.1	Analisis Sentimen .....	58
V.4.2	Popularitas Media Sosial .....	58
V.4.3	Tren Sentimen dari Waktu ke Waktu .....	59
V.4.4	Situs Pariwisata Teratas berdasarkan Sentimen .....	59
V.4.5	Pengguna Berpengaruh .....	59

V.4.6	Fokus Geografis .....	60
V.5	Pengambilan Keputusan Berdasarkan Data ( <i>Data-Driven Decision Making</i> ) .....	60
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
VI.1	Kesimpulan.....	62
VI.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	.....	64