

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ISTILAH	xiii
Bab I BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	8
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Batasan Penelitian	9
I.5 Manfaat Penelitian	9
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1 Penelitian Terdahulu	11
II.2 Kajian Pustaka	17
II.2.1 Pariwisata	17
II.2.2 Media Sosial	18
II.2.3 <i>Data Warehouse</i>	19
II.2.4 <i>Extraction, Transformation, and Load</i>	23
II.2.5 <i>Dashboard</i>	24
II.2.6 <i>Text Mining</i>	25
II.2.7 Analisis Sentimen	25

II.2.8	<i>Support Vector Machine (SVM)</i>	26
II.2.9	<i>Web Scraping</i>	29
II.2.10	<i>MySQL</i>	29
Bab III	METODOLOGI PENELITIAN	30
III.1	<i>Kerangka Berpikir</i>	30
III.2	<i>Sistematika Penyelesaian Masalah</i>	31
III.3	<i>Pengumpulan Data</i>	33
III.4	<i>Pengolahan Data atau Pengembangan Produk / Artefak</i>	34
III.5	<i>Metode Evaluasi</i>	35
III.6	<i>Alasan Pemilihan Metode</i>	35
Bab IV	ANALISIS DAN PERANCANGAN	37
IV.1	<i>Stakeholder</i>	37
IV.2	<i>Pengumpulan Data</i>	37
IV.2.1	<i>Pengumpulan Data Twitter</i>	38
IV.2.2	<i>Pengumpulan Data Instagram</i>	39
IV.2.3	<i>Pengumpulan Data Pariwisata</i>	41
IV.3	<i>Pembuatan Model Analisis Sentimen</i>	41
IV.4	<i>Perancangan Tabel Dimensi dan Fakta</i>	47
IV.5	<i>Perancangan Arsitektur Data Warehouse</i>	49
IV.6	<i>Desain Sistem ETL</i>	51
IV.6.1	<i>Extract</i>	51
IV.6.2	<i>Transform</i>	52
IV.6.3	<i>Load</i>	58
Bab V	HASIL DAN ANALISIS	59
V.1	<i>Model Analisis Sentimen</i>	59
V.2	<i>Hasil ETL</i>	60

V.2.1	Tabel Dimensi Pengguna	60
V.2.2	Tabel Dimensi Waktu	60
V.2.3	Tabel Dimensi Media Sosial	61
V.2.4	Tabel Dimensi Pariwisata	61
V.2.5	Tabel Fakta.....	62
V.3	Pengujian ETL dan <i>Data Warehouse</i>	62
V.4	Visualisasi <i>Data Warehouse</i>	63
V.5	Pengambilan Keputusan Berdasarkan Data	66
Bab VI	KESIMPULAN DAN SARAN	69
VI.1	Kesimpulan	69
VI.2	Saran	70
	DAFTAR PUSTAKA	71