

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Rumusan Masalah	I-5
1.3 Batasan Masalah	I-5
1.4 Tujuan Penelitian	I-6
1.5 Manfaat Penelitian	I-6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Jasa Pengiriman	II-1
2.1.1. Pos Indonesia	II-2
2.1.2 <i>J&T Express</i>	II-3
2.2 Analisis Sentimen	II-3
2.2.1 <i>Text Mining</i>	II-4
2.2.2 <i>Text Preprocessing</i>	II-4
2.2.3 Pembobotan Kata	II-5
2.2.4 Klasifikasi	II-6

2.2.5 <i>Support Vector Machine</i>	II-6
2.2.6 <i>Confusion Matrix</i>	II-8
2.3 Media Sosial.....	II-9
2.3.1 Twitter.....	II-9
2.3.2 Twitter API	II-9
2.4 Penelitian Terkait	II-10
2.5 Matrix Penelitian.....	II-17
2.6 State Of the Art	II-20
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	III-1
3.2 Metode Penelitian.....	III-1
3.2.1 Identifikasi dan Perumusan Masalah	III-2
3.2.2 Studi Pustaka.....	III-3
3.2.3 Proses Analisis Sentimen	III-3
3.2.4 Evaluasi Hasil Penelitian	III-6
3.2.5 Penarikan Kesimpulan	III-6
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Sentimen Data Tweet Layanan J&T Express dan Pos Indonesia	IV-1
4.2 Gambaran Umum Pengguna Layanan Jasa Pengiriman Pos Indonesia dan J&T Express	IV-14
4.3 Pembobotan Kata (TF-IDF)	IV-15
4.4 Klasifikasi Support Vector Machine.....	IV-16
4.4.1 Percobaan dengan data latih 20% dan data uji 80%	IV-19

4.4.2 Percobaan dengan data latih 30% dan data uji 30%	IV-20
4.4.3 Percobaan dengan data latih 40% dan data uji 40%	IV-21
4.4.4 Percobaan dengan data latih 50% dan data uji 50%	IV-22
4.4.5 Percobaan dengan data latih 60% dan data uji 40%	IV-23
4.4.6 Percobaan dengan data latih 70% dan data uji 30%	IV-24
4.4.7 Percobaan dengan data latih 80% dan data uji 20%	IV-25
4.4.8 Rekapitulasi hasil percobaan data latih dan data uji	IV-26

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	V-1
5.2 Saran.....	V-2