

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>I</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>III</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>V</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>VII</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>X</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 GAMBARAN UMUM PENELITIAN .....	1
1.1.1 <i>Online Course</i> .....	1
1.1.2 <i>Skill Academy by Ruang Guru</i> .....	1
1.2 LATAR BELAKANG PENELITIAN .....	3
1.3 PERUMUSAN MASALAH .....	8
1.5 TUJUAN PENELITIAN .....	10
1.6 MANFAAT PENELITIAN .....	11
1.6.1 <i>Manfaat Teoritis</i> .....	11
1.6.2 <i>Manfaat Praktis</i> .....	11
1.7 RUANG LINGKUP PENELITIAN .....	11
1.7.1 <i>Lokasi dan Objek Penelitian</i> .....	12
1.7.2 <i>Waktu dan Periode</i> .....	12
1.8 SISTEMATIKA PENULISAN TUGAS AKHIR .....	12
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1 TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1.1 <i>Big Data</i> .....	14
2.1.1 <i>Text Mining</i> .....	10
2.1.2 <i>Sentiment Analysis</i> .....	10
2.1.3 <i>Topic Modeling</i> .....	11
2.1.4 <i>Online Course</i> .....	12
2.1.5 <i>User Generated Content</i> .....	12
2.2 <i>Penelitian Terdahulu</i> .....	15
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1 JENIS PENELITIAN .....	28

3.2	DEFINISI OPERASIONAL .....	29
3.3	OPERASIONAL VARIABLE .....	30
3.4	TAHAPAN PENELITIAN .....	31
3.5	PENGUMPULAN DATA DAN SUMBER DATA .....	33
3.6	TEKNIK ANALISIS DATA .....	34
3.6.1	<i>Analisis Sentimen</i> .....	35
3.5.2	<i>Naïve bayes classification</i> .....	35
3.5.3	<i>Confusion Matrix</i> .....	36
3.5.4	<i>Topic Modeling</i> .....	36
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1	KARAKTERISTIK DATA .....	38
4.1.1	<i>Skill Academy by Ruangguru</i> .....	38
4.1.2	<i>Udemy Indonesia</i> .....	38
4.2	HASIL PENELITIAN .....	39
4.2.1	<i>Analisis Sentimen</i> .....	39
4.2.2	<i>Topic Modeling</i> .....	44
4.3	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....	48
4.3.1	<i>Sentimen Pengguna Online Course Skill Academy dan Udemy</i> .....	48
4.3.2	<i>Topik yang dibicarakan pada setiap sentiment</i> .....	49
4.3.3	<i>Kepuasan konsumen menggunakan layanan kelas online</i> .....	50
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
5.1	KESIMPULAN.....	51
5.2.1	<i>Aspek Teoritis</i> .....	52
5.2.2	<i>Aspek Praktis</i> .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>53</b>