

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