

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR ISTILAH	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1. Latar Belakang	14
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian.....	17
1.4. Batasan dan Asumsi Penelitian	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
1.6. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1. Dasar Teori	21
2.1.1. Text Mining.....	21
2.1.2. Klasifikasi Teks.....	21
2.1.3. Support Vector Machine (SVM).....	22
2.1.4. TF-IDF	23
2.1.5. Media Sosial Twitter/X	24
2.1.6. Data Augmentation	25
2.1.7. Preprocessing Text.....	25
2.1.8. Confusion Matrix	27
2.1.9. K-folds Cross Validation	28
2.1.10. Learning Curve.....	28
2.1.11. <i>Tools</i> dan Teknologi Pengembangan Model	28

2.1.12.	Python.....	30
2.1.13.	CRISP-DM	31
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1.	Sistematika Penyelesaian Masalah	39
3.1.1.	Business Understanding	40
3.1.2.	Data Understanding.....	40
3.1.3.	Data Preparation.....	42
3.1.4.	Modelling	46
3.1.5.	Evaluation	51
3.1.6.	Deployment.....	53
3.2.	Alasan Pemilihan Metode.....	55
3.2.	Rencana Jadwal Kegiatan.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		59
4.1.	Business Understanding	59
4.2.	Data Understanding	61
4.3.	Data Preparation	62
4.3.1.	Pelabelan Data Tingkat Urgensi	63
4.3.2.	Penanganan Ketidakseimbangan Data dengan Augmentasi Data...	64
4.3.3.	Preprocessing Text	67
4.4.	Modelling	71
4.4.1.	Hasil Eksperimen Awal pada Dataset Asli	71
4.4.2.	Evaluasi Model Baseline.....	74
4.5.	<i>Evaluation</i>	75
4.5.1.	Evaluasi Model Setelah Augmentasi dan Evaluasi.....	76
4.5.2.	Tree Experiment (Alur Percobaan)	85
4.6.	<i>Deployment</i>	87
4.7.	Diskusi.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		93
5.1.	Kesimpulan.....	93
5.2.	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....		95
LAMPIRAN.....		100