

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR SIMBOL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Maksud dan Tujuan.....	2
1.4 Batasan Masalah.....	2
1.5 Metodologi Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Digital Marketing	7
2.2 Buzz Marketing	7
2.3 <i>Buzzer Twitter</i>	8
2.4 Social Media Analytics Process	9
2.5 <i>Social Network Analysis</i>	10
2.6 <i>Twitter</i>	13
2.7 <i>Twitter API</i>	14
2.8 <i>Tweepy Crawler</i>	14

2.9	<i>Application Programming Interface (API)</i>	14
2.10	<i>Regular Expression</i>	16
2.11	Normalisasi <i>Min-Max Scaller</i>	19
BAB 3	ANALISIS DAN PERANCANGAN	21
3.1	Analisis Sistem.....	21
3.1.1	Analisis Jejaring Sosial	21
3.1.2	Analisis Spesifikasi Kebutuhan Perangkat Lunak	38
3.2	Perancangan Sistem.....	44
3.2.1	Perancangan Data.....	44
3.2.2	Perancangan Antarmuka	44
BAB 4	IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN.....	47
4.1	Implementasi Fitur	47
4.1.1	Lingkungan Implementasi	47
4.1.2	Implementasi Data	48
4.1.3	Implementasi Antarmuka.....	48
4.2	Pengujian Fitur	48
4.2.1	Pengujian Model	49
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64