



UNIVERSITAS INDONESIA

<JUDUL MENYUSUL>

SKRIPSI

MUSLIM

1206208845

FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
DEPOK  
MEI 2016

## Abstrak

Nama : Muslim  
Program Studi : Sistem Informasi  
Judul Skripsi : Lorem ipsum dolore sit amet consectetur adipiscing elit sit amet. Seq quidila punco ren terate men ano in quidispil ren cut. Rom ela et ema dis tanpi ruk mis cer. Lerru ridista men quo linca nen yukore.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam lobortis facilisis sem. Nullam nec mi et neque pharetra sollicitudin. Praesent imperdiet mi nec ante. Donec ullamcorper, felis non sodales commodo, lectus velit ultrices augue, a dignissim nibh lectus placerat pede. Vivamus nunc nunc, molestie ut, ultricies vel, semper in, velit. Ut porttitor. Praesent in sapien. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis fringilla tristique neque. Sed interdum libero ut metus. Pellentesque placerat. Nam rutrum augue a leo. Morbi sed elit sit amet ante lobortis sollicitudin. Praesent blandit blandit mauris. Praesent lectus tellus, aliquet aliquam, luctus a, egestas a, turpis. Mauris lacinia lorem sit amet ipsum. Nunc quis urna dictum turpis accumsan semper.

# Daftar Isi

	Halaman
<b>1 Pendahuluan</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang . . . . .	1
1.2 Rumusan Masalah . . . . .	1
<b>2 Tinjauan Pustaka</b>	<b>2</b>
2.1 <i>Sentiment Analysis</i> untuk menentukan Produk . . . . .	2
2.2 Metode untuk <i>Procurement Planning</i> . . . . .	2

# 1 Pendahuluan

## 1.1 Latar Belakang

Pengguna media sosial di Indonesia cukup tinggi. Dari 255,5 juta penduduk yang ada di Indonesia, terdapat 72,7 juta sambungan internet yang digunakan (Kemp, 2015). Kemudian, terdapat 72 juta akun media sosial aktif di Indonesia, dan 62 juta darinya diakses menggunakan sambungan *mobile* (Kemp, 2015). Dengan demikian, walaupun memang tidak cukup besar, total akun media sosial (sekitar 24% dari total penduduk di Indonesia) yang ada di Indonesia cukup banyak.

Komentar di media sosial dapat digunakan untuk menentukan preferensi seseorang terhadap suatu produk. Analisis yang dilakukan pada komentar tersebut dapat memisahkan fitur-fitur apa saja yang menjadi perhatian bagi konsumen produk tersebut. Dari penilaian terhadap fitur-fitur tersebut, kemudian dapat ditentukan apakah produk tersebut disukai oleh konsumen (Mukherjee dan Bhattacharyya, 2012).

- Media sosial dapat digunakan untuk mendeteksi preferensi seseorang terhadap produk tertentu [jurnal]
- Preferensi produk tersebut dapat digunakan untuk memprediksi demand yang akan diterima perusahaan [jurnal]
- Disisi lain procurement yang dilakukan perusahaan harus setepat mungkin agar tidak memberatkan finansial [buku]
- Procurement ini berkaitan dengan jumlah produk yang akan diproduksi [ide-sendiri]
- Planning procurement yang saat ini dilakukan kebanyakan bergantung dari hasil prediksi penjualan masa lalu [web]
- Proses planning ini dapat ditingkatkan akurasi dengan bantuan data dari media sosial yang lebih cepat di update [ide-sendiri]
- 

## 1.2 Rumusan Masalah

## 2 Tinjauan Pustaka

2.1 *Sentiment Analysis* untuk menentukan Produk

2.2 Metode untuk *Procurement Planning*

## Daftar Pustaka

- Mukherjee, Subhabrata dan Pushpak Bhattacharyya (2012). "Feature Specific Sentiment Analysis for Product Reviews". English. In: *Computational Linguistics and Intelligent Text Processing*. Ed. by Alexander Gelbukh. Vol. 7181. Lecture Notes in Computer Science. Springer Berlin Heidelberg, pp. 475–487. ISBN: 9783642286032. DOI: 10.1007/978-3-642-28604-9\_39. URL: [http://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-28604-9\\_39](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-28604-9_39).
- Kemp, Simon (2015). *DIGITAL, SOCIAL & MOBILE WORLDWIDE IN 2015*. [Online; diakses 20 Januari 2016]. URL: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-social-mobile-worldwide-2015>.