

DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber Buku

- Barabási, A.-L. (2012) *Network Science*. Available at:
[http://networksciencebook.com/.](http://networksciencebook.com/)
- Cheliotis, G. (2010) *Social Network Analysis (SNA) Background : Network Analysis*. Communications and New Media, National University of Singapore.
- Fahmi, I. (2019) MEMBACA INDONESIA #4. PT Media Kernels Indonesia. Available at: <https://pers.droneemprit.id/>.
- Ishkawa, H. (2015) *Social Big Data Mining*. Tokyo, Japan: Taylor & Francis Group.
- Jacomy, M. et al. (2012) ‘Future directions for geographic information science’, *Geographic Information Sciences*, 1(1), pp. 1–7. doi: 10.1080/10824009509480466.
- Lieberman, M. (2014) *Visualizing Big Data : Social Network Analysis*. San Antonio, Texas: Digital Research Conference.
- Methods, P., Chakraborty, G. and Pagolu, M. (2014) *Text Mining and Analysis*. North Carolina USA: SAS Institute Inc.
- Mohammad, G. (2011) *Kumpulan Twitter@gm_gm*. PT Gramedia Pustaka Utama. Available at:
<https://books.google.co.id/books?id=qZNnDwAAQBAJ&pg=PA322&dq=Twitter+sebagai+media+sosial+beropini&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwighqP1t5zfAhVZOisKHZ2AD-0Q6AEIKTAA#v=onepage&q=Twitter sebagai media sosial beropini&f=false>.
- Nugraha, P. (2012) *Kompasiana Etalase Warga Biasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Available at:
<https://books.google.co.id/books?id=MUtODwAAQBAJ&pg=PA176&dq=Twitter+sebagai+media+sosial+beropini&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwighqP1t5zfAhVZOisKHZ2AD-0Q6AEILjAB#v=onepage&q=social media&f=false>.

Sari, A. A. (2017) *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=MBExDwAAQBAJ&pg=PA14&dq=opini+publik+pengertian&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwicqYzAl-PfAhVZVisKHaDiCIkQ6AEIMTAC#v=onepage&q=opini publik pengertian&f=false>.

Sirmakessis, S., Launch, N. and Springer, C. (2012) *Text Mining and its Applications*. Springer.

Tsvetovat, M. and Kouznetsov, A. (2011) *Social Network Analysis for Startup*. Edited by S. W. and M. H. Production. Sebastopol: O'Reilly Media Inc.

Zhao, Y. (2015) *R and Data Mining : Examples and Case Studies*. Elsevier.

2. Sumber Jurnal

Abimanyu, A. et al. (2012) ‘Analisa Media Sosial Twitter dengan Perhitungan Graph Edit Distance Untuk Menedeksi Rumor pada Trending Topic SIAK-NG’.

Alamsyah, A. (2013) ‘Role of Social Network Analysis in Knowledge Management’, (May).

Alamsyah, A. and Peranganingin, Y. (2018) ‘Effective Knowledge Management using Big Data and Social Network Analysis’, pp. 1–10.

Amrullah, A. A. et al. (2016) ‘Review Atas Analisis Sentimen Pada Twitter Sebagai Representasi Opini Publik Terhadap Bakal Calon Pemimpin’, pp. 978–979.

APJII (2017) ‘Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017’.

Damayanti, F. K. (2018) ‘Online Menggunakan Metode Naïve Bayes Classifier (Nbc) Dan Artificial Neural Network (Ann) Online Menggunakan Metode Naïve Bayes Classifier (Nbc) Dan Artificial Neural Network (Ann)’.

Digpasari, D. A. (2018) ‘Eksplorasi Opini Sosial.pdf’, 2.

Eka Sembodo, J., Budi Setiawan, E. and Abdurahman Baizal, Z. (2016) ‘Data Crawling Otomatis pada Twitter’, *Indosc 2016*, (October 2018), pp. 11–16. doi: 10.21108/INDOSC.2016.111.

Fitri, S. N. (2018) ‘Pro Kontra Gerakan Tagar # 2019GantiPresiden Sebagai Sarana

Kampanye dalam Pemilu'.

- Insani, N. and Waryanto, N. H. (2012) ‘Penerapan Teori Graf Pada Analisis Jejaring Sosial Dengan Menggunakan Microsoft Microsoft NodeXL’, 7(1), pp. 83–100.
- Karyadi, S. and Yasin, H. (2016) ‘Analisis Kecenderungan Informasi Dengan Menggunakan Metode Text Mining’, 5, pp. 763–770.
- Made, K. *et al.* (2018) ‘Dynamic Social Network Analysis Untuk Analisa Interaksi User Di Media Sosial Mengenai Bisnis E-Commerce (Studi Kasus : Lazada , Tokopedia Dan Elevenia)’.
- Mala, V. *et al.* (2017) ‘Implementasi Metode Fuzzy Subtractive Clustering Untuk Pengelompokan’, 1(9), pp. 876–884.
- Oktora, R. and Alamsyah, A. (2013) ‘Pola Interaksi Dan Aktor Yang Paling Berperan Pada Event Jgtc 2013 Melalui Media Sosial Twitter (Studi Menggunakan Metode Social Network Analysis)’.
- Peranginangin, Y. and Alamsyah, A. (2017) ‘Multiple Regression to Analyse Social Graph of Brand Awareness Multiple Regression to Analyse Social Graph of Brand Awareness’, (March). doi: 10.12928/telkomnika.v15i1.3460.
- Putra, F. J. (2016) ‘Analisis Jaringan Teks Berdasarkan Social Network Analysis dan Text Mining untuk Business Intelligence menggunakan Association Rules (Studi Kasus Percakapan Twitter Pt.Telkomsel Dan Pt. Xl Axiata Tbk.)’, p. 259.
- Rahim, A. (2018) ‘Analisis Sentimen Publik Terhadap Hasil Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat 2018 Berdasarkan Opini Pengguna Twitter Dengan Analisis Sentimen Publik Terhadap Hasil Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat 2018’.
- Rauta, U. (2014) ‘Menggagas Pemilihan Presiden yang Demokratis dan Aspiratif’.
- Rizky, F. (2017) ‘Analisis Perbandingan Metode Clustering Single Linkage Dan K-Means Pada Pengelompokan Tugas Akhir Teknik Informatika’.
- Sekar Karimah, P. A. (2018) ‘Analisis Kompetitif Sosial Media Menggunakan Metode Klasifikasi Naïve Bayes Classifier (Nbc) Dan Support Vector Machine (Svm): Studi Kasus Di Industri Transportasi Umum Taksi’.

- Setyawan, Y. (2014) ‘Visualisasi Graf Dan Algoritma-Algoritma Dalam Teori Graf Menggunakan Beberapa Paket Software’, (November), pp. 259–268.
- Susanto, B. (2012) ‘Penerapan Social Network Analysis dalam Penentuan Centrality Studi Kasus Penerapan Social Network Analysis dalam Penentuan Centrality Studi Kasus Social Network Twitter’, (July). doi: 10.21460/inf.2012.81.111.
- Susanto, H. (2015) ‘Visualisasi Data Teks’.
- Tang, L. (2016) ‘Clustering and Social Network’, (May).
- Wahyu, M. A. (2017) ‘Penerapan metode k-means clustering untuk mengelompokan potensi produksi buah – buahan di provinsi daerah istimewa yogyakarta’.

3. Sumber Internet

- Attamimi, N. (2018) ‘Kampanye Pilpres 2019’, *kumparan.com*. Available at: <https://kumparan.com/tugujogja/kampanye-pilpres-2019-jokowi-maruf-gunakan-strategi-menunggu-1545121295176813598>. Diakses tanggal 14 Desember 2018
- Gephi Software <https://gephi.org/>. Available at: <https://gephi.org/>. Diakses tanggal 17 Januari 2019
- Jonru (2017) ‘Kampanye dan Propaganda Politik Menjelang Pilpres’, *pollindo.com*. Available at: <http://www.pollindo.com/kampanye-dan-propaganda-politik-menjelang-pilpres-2019/>. Diakses tanggal 14 Desember 2018
- Redmore, S. (2016) *Sentiment analysis on Facebook data like we do on Twitter using API in Python*. Available at: <https://www.quora.com/Can-we-do-sentiment-analysis-on-Facebook-data-like-we-do-on-Twitter-using-API-in-Python-How-If-not-is-there-any-other-way-to-do-it>. Diakses tanggal 14 Desember 2018
- Santos, E. (2015) *Data Mining for Predictive Social Network Analysis*. Available at: <https://www.toptal.com/data-science/social-network-data-mining-for-predictive-analysis>. Diakses tanggal 8 Desember 2018
- Saumi, A. (2018) ‘Perang Tagar Dua Kubu Capres dan Cawapres’. Available at: <https://www.alinea.id/infografis/perang-tagar-dua-kubu-capres-dan>

cawapres-b1U5T9eeU. Diakses tanggal 14 Desember 2018

Susanti, A. (2018) ‘Pemilu Serentak 2019’, *idntimes*. Available at: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/afrianisusanti/pemilu-serentak-2019-pertama-di-indonesia-sepanjang-sejarah>. Diakses tanggal 14 Desember 2018

‘Twitter’ (2015). Available at: <https://about.twitter.com/>. Diakses tanggal 17 Januari 2019

We are Social; Hootsuite (2018) *Global Digital Report 2018*. Available at: <https://digitalreport.wearesocial.com/>. Diakses tanggal 8 Desember 2018