

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian analisa sentimen terhadap objek wisata Raja Ampat dengan data berupa *tweets* dari *Twitter* selama periode pengambilan data sejak 01 Januari 2019 hingga 5 Mei 2020, dengan data yang dikumpulkan sebanyak 28.082 *tweets*. Lalu dilakukan *pre-processing* data yaitu menghilangkan tanda baca, *link*(URL), *emoticon* dan angka pada proses *tokenizing*, menjadikan semua kata berhuruf non-kapital pada proses *case folding*, perbaikan kata-kata yang tidak baku pada proses *Spelling Normalization*, menghilangkan *stopword* atau kata yang sekiranya tidak memberi nilai saat proses penilaian, dan menghilangkan imbuhan pada proses *Stemming* yang menghasilkan data bersih sebanyak 23.578 data. Setelah itu, data dianalisa juga menggunakan *R programming* pada *software RStudio* dan juga dibuat visualisasi berupa *dashboard* menggunakan *software Power BI* untuk memudahkan dalam pemahaman hasil analisa.

Dengan sudah dilakukannya semua proses diatas, maka terdapat beberapa kesimpulan yaitu:

1. Hasil analisa sentimen terhadap objek wisata Raja Ampat menggunakan data *tweets* yang mengandung #rajaampat dan kata Raja Ampat menunjukkan bahwa terdapat 3 kategori yang dihasilkan, yaitu positif, negatif dan netral. Adapun kecenderungan sentimen adalah positif dengan persentase yang jauh lebih besar. Sentimen positif memiliki persentase tertinggi dengan 82.46% yaitu sebanyak 19.443 data, kemudian dilanjut oleh sentimen netral 11.90% dengan data sebanyak 2.806 data dan terakhir sentimen negatif 5.63% dengan hanya 1.329 data.
2. Berdasarkan perbandingan hasil analisa sentimen diatas, maka dapat disimpulkan bagi kementerian pariwisata atau pemerintah daerah setempat untuk terus mempertahankan penilaian yang cukup memuaskan dari masyarakat.
3. Pengujian menggunakan algoritma klasifikasi *Naïve Bayes* pada penelitian ini dengan menggunakan *data training* sebanyak 80% dan *data testing* sebanyak 20% menghasilkan akurasi sentimen analisis sebesar 85,83%.
4. Salah satu tujuan utama penelitian ini adalah menyajikan data hasil analisa sentimen dalam bentuk *dashboard* berisi perbandingan hasil sentimen, banyak data yang digunakan, rata-rata data yang dihasilkan perhari, banyak *likes* dan rata-rata *likes* pada setiap data (*tweets*), banyaknya data yang dapat dilihat secara interaktif yaitu dari perbulan hingga jam. Ini semua bertujuan untuk memudahkan dalam membaca hasil analisa sentimen dan melihat hasil kecenderungan analisa.

5.2. Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat diambil setelah dilakukan penelitian ini.

Beberapa saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan algoritma lain untuk mengembangkan hasil analisa sentimen yang telah dilakukan pada penelitian ini untuk menjadi perbandingan.
2. Melakukan peningkatan *Script* seperti identifikasi terhadap *spam* dan *buzzer*.
3. Mengembangkan penelitian analisa sentimen menggunakan teknologi yang lebih terbaru pada masanya, seperti aplikasi untuk melakukan analisa atau Bahasa pemrograman yang digunakan.