

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Pada penelitian ini dilakukan analisis sentimen mengenai destinasi wisata Labuan Bajo, dan sumber data untuk sentimen ini berasal dari media sosial Instagram yang berhasil dikumpulkan sejak tanggal 6 Februari 2020 sebanyak 30.000 data. Penggunaan data yang dipakai menggunakan periode data 1 bulan, mulai dari 1 Desember 2019 hingga 31 Desember 2019. Hasil yang diperoleh dengan metode analisa sentimen berbasis *Lexicon-based* memberikan hasil yang baik.

Berikut kesimpulan yang didapatkan melalui penelitian ini:

1. Destinasi wisata Labuan Bajo memberikan tanggapan sentimen yang baik oleh wisatawan yang pernah berkunjung dan *posting* kenangan kunjungan ke Labuan Bajo melalui media sosial Instagram. Data sentimen yang diperoleh dari 3.351 data teks *caption* bersih dilakukan pengelolaan, menunjukkan hasil bersentimen positif sebanyak 58,55%, bersentimen negatif sebanyak 6,86% dan bersentimen netral sebanyak 34,59%.
2. Lokasi di Labuan Bajo yang paling populer terdapat 7 destinasi yang populer dikunjungi oleh wisatawan lokal atau wisatawan mancanegara, yaitu: Pulau Komodo, Pulau Padar, Pantai Pink, Pulau Kelor, Pulau Rinca, Pulau Kanawa dan Desa Waerebo. Pulau Komodo menjadi daya tarik lebih karena menjadi titik untuk melakukan *diving* maupun *snorkeling*, serta tempat untuk menyaksikan binatang purba yaitu Komodo. Selain itu beberapa destinasi lainnya yang

memberikan pemandangan yang indah dan keanekaragaman hayati kelautan seperti desa Wae Rebo, pulau Kelor, pulau Padar, pulau Kanawa, pulau Rinca, dan Pantai Pink.

3. Hasil uji pengukuran performa dari metode *lexicon-based*. Dengan menggunakan 2 *tools* pengujian yaitu dengan Excel dan *program Rapid Miner*. Hasil yang diperoleh memberikan hasil yang baik, yaitu memperoleh akurasi yang sama sebesar 72%, dengan data yang diuji dibawah 50% dari populasi dan akan meningkat akurasinya jika data uji lebih banyak lagi. Sedangkan hasil nilai presisi, *recall*, dan *F-measure* terlihat berbeda, dikarenakan program *Rapid Miner* menyertakan nilai netral dalam menghitung performa *F-measure*, nilai presisi dan nilai *recall* seperti tabel 4.13.

## 5.2. Kendala

Penelitian ini, terdapat kendala selama pengelolaan analisis sentimen destinasi Labuan Bajo dengan sumber data dari media sosial Instagram, antara lain:

- a. Keterbatasan waktu untuk melakukan pemberian label aktual sentimen (*labelling validation*).
- b. Membutuhkan waktu lebih banyak untuk melakukan penyajian data sebelum dapat dilakukan pemberian skor sentimen, seperti menghapus caption yang tidak relevan, dan melakukan penerjemahan beberapa bahasa menjadi bahasa Inggris. Proses penghapusan caption yang tidak relevan secara *manual*, dikarenakan data teks yang bervariasi dan sulit untuk dihapus dengan menggunakan *program*.

### 5.3. Saran

Untuk melakukan penelitian sentimen analisis dengan sumber data dari Instagram, sebaiknya pada proses *crawling* datanya menggunakan kata kunci lebih spesifik seperti: #padarisland, #kelorisland, dan lainnya akan memberikan data yang lebih baik saat proses *crawling*. Berdasarkan pengalaman dalam penelitian ini ketika mengambil data Instagram dengan menggunakan kata kunci “labuanbajo” ternyata banyak sekali data yang diambil berisi *spam*, dan tidak memiliki arti dan tidak mengandung informasi atau layak dilakukan proses sentimen mengenai tempat wisata Labuan Bajo. Isi *spam* yang dimaksud salah satunya seperti promosi penjualan produk dan jasa yang tidak berhubungan dengan destinasi wisata ataupun sentimen wisatawan. Diperlukan pengecekan ulang untuk data kotor yang baru diambil dari media sosial dan membuang data-data yang tidak relevan agar hasil yang diperoleh maksimal dan memberikan mutu informasi yang baik.