

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini sentimen yang didapatkan dalam mendeteksi minat belanja *online* di era pandemi setelah sebelumnya melakukan mulai dari tahapan *document collecting* , *preprocessing* ,hingga proses penghitungan *sentiment* maka dapat disimpulkan :

data yang sudah dikumpulkan berupa *tweet* yang berhubungan dengan belanja *online*, berikut adalah hasil *sentiment* dari penelitian ini:

bahwa penyebaran *sentiment* data *tweet-tweet* yang telah dikumpulkan setelah melalui tahapan yang disebutkan pada bab-bab sebelumnya bahwa:

sentimen positif : **7.06%**

sentimen Netral : **87.27%**

Maka dapat disimpulkan bahwa :

sentimen Negatif : **5.67%**

Jika dihubungkan dengan topik dari penelitian ini terhadap minat belanja *online* di era pandemi COVID-19 positif/netral/negatif disimpulkan bahwa:

-sentimen positif : **7.06%**

-sentimen netral : **87.27%**

-sentimen negatif: **5.67 %**

Dari hasil diatas bahwa dalam penelitian ini yang menggunakan metode *rule base method* bahwa minat belanja *online* di era pandemi dengan data yang dikumpulkan melalui *twitter Archived Google Spreadsheet #TAGS* dengan term “*belanjaonlineaja*” menghasilkan **netral (87.27%)**, yang berarti tingkat minat belanja *online* termasuk (**Objektif**) saja meskipun *sentiment* positif lebih tinggi pada **7.06%** dibandingkan terdapatnya *sentiment* negatif pada **5.67 %**. Hasil sentimen yang didapat menunjukkan **netral** diperkuat dari hasil *output.csv* sedangkan minat positif yang mau belanja *online* adalah hasil *score* positif dari *sentimen* analisis yang menunjukkan opini *user tweet* positif dari hasil 7.06% dengan kondisi belum tentu minat belanja *online* pada masa pandemic COVID-19 yang berarti menyatakan analisis sentimen menunjukkan banyaknya kalimat opini yang objektif dengan kecenderungan Netral terhadap minat belanja online pada masa pandemi COVID-19 didukung dengan hasil *tweeti* seperti tidak memihak pada contoh tabel berikut

Tabel 5. 1 Tweet Objektif (Tidak Memihak)

ada aja laku emak-emak kalo ga ngerti sistem cod better gausah belanja <i>online</i> ni anak pake komporin nya kasi akang kurir nya cuman nganter paket doang
aja belanja <i>online</i> ga cod cod or nggak prinsip aja ku ribet belanja cod ketemu transaksi bayar kurir non cod kurir tinggal taruh barang aja rumah pas rumah sepi
anak emak sama gak ngerti sistem cod mah mending gk beli <i>online</i> bu belanja aja pasar beli barang pasar malam aja sok sok belanja <i>online</i> udah goblok gak nyadar faham banget tugas kurir tuh capek
kalo ga ngerti sistem belanja <i>online</i> belanja toko offline aja elah kesel bgt
iya bener jangan salahin belanja <i>online</i> salahin aja tukang rujakmasa jual buah dimasukin aquarium

5.2 Saran

Pada penelitian ini yang merupakan penelitian *sentiment analysis* terhadap minat belanja *online* di era pandemi dengan menggunakan metode pendekatan *Rule based method* yang berdasarkan *lexical resources* mempunyai hasil sesuai dengan data yang dikumpulkan, tetapi untuk penelitian selanjutnya, saran yang harus diperhatikan dapat disimpulkan:

1. Perlunya mempunyai *software* yang mendukung untuk penelitian *sentiment analysis* terutama pada penarikan data *twitter* yang berupa *tweets* dari penggunaanya , pada penelitian ini menggunakan API dari *twitter API #TAGS* yang berifat *public(free)* jadi fitur-fitur seperti pengambilan *tweets* dari masa yang ditentukan hanya dibatasi maksimal 7 tujuh hari. Dengan maksimal 3000 tiga ribu *tweets*. Maka jika penelitian selanjutnya ingin meneliti *sentiment analysis* menggunakan media *twitter* sebaiknya peneliti menyiapkan API yang *premium* untuk melakukan penelitian selanjutnya.
2. Karena penelitian *sentiment analysis* sudah banyak dilakukan tetapi dengan metode *Rule Based method* yang berbasiskan pendekatan semantic maka diperlukan *lexical resources* yang berbahasa Indonesia yang lebih lengkap dan efektif.
3. Jika peneliti selanjutnya ingin melakukan penelitian ini lebih lanjut disarankan untuk mempunyai *data collecting* yang lebih banyak berupa *tweet-tweet* dan paling penting adalah pengambilan data *tweet* tetap pada masa pandemi serta lakukan pengambilan data pada saat momen

belanja *online* nasional, serta melakukan dengan perbandingan penggunaan metode *semantic* dan *statistical method*.