

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Confusion matrix merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja dari model analisis sentimen pada media sosial *Twitter* dengan topik *metaverse*. Dalam penelitian ini, *confusion matrix* menggambarkan hasil klasifikasi dari sentimen yang terdapat dalam *tweet* terkait *metaverse*. Berikut adalah kesimpulan yang didapat:

1. Akurasi yang dihasilkan sebesar 0,83 atau 83% mengindikasikan bahwa model analisis sentimen memiliki tingkat kecocokan yang tinggi antara prediksi dan hasil sebenarnya.
2. *Precision* yang didapatkan sebesar 0,93 atau 93% menunjukkan bahwa model dapat mengidentifikasi sentimen positif, negatif, dan netral dengan akurasi yang tinggi.
3. *Recall* yang dihasilkan sebesar 0,83 atau 83% mencerminkan kemampuan model dalam menemukan dan mengklasifikasikan secara akurat seluruh sentimen positif, negatif, dan netral dalam dataset.
4. Dengan akurasi, *precision*, dan *recall* yang tinggi, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa model analisis sentimen untuk topik *metaverse* di *Twitter* memiliki kinerja yang baik dalam mengklasifikasikan sentimen dalam *tweet*.
5. Hasil ini memberikan keyakinan bahwa model ini efektif dalam memahami sentimen pengguna terkait *metaverse* dengan akurasi yang tinggi.

5.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan untuk memaksimalkan penelitian selanjutnya:

1. Aspek Manajerial

Adapun saran aspek manajerial untuk perusahaan yang mengembangkan *metaverse*:

- a. Membuat solusi inovatif yang dapat membantu masalah di masyarakat sehingga masyarakat merasa terbantu dengan adanya *metaverse*.
- b. Mengadakan banyak seminar berkaitan dengan *metaverse* untuk membantu publik lebih memahami konsep *metaverse* tersebut.
- c. Lebih banyak mengkampanyekan tentang *metaverse*.

2. Aspek Program

Adapun saran aspek program untuk aplikasi *twitter*, sebagai berikut:

- a. Meningkatkan batas jumlah pengambilan data pada setiap bulannya.

3. Aspek Penelitian Selanjutnya

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

- a. Membandingkan satu atau dua metode lain agar mendapatkan hasil dan nilai akurasi yang lebih baik lagi.
- b. Mengeksplorasi kinerja algoritma lain selain dari *Support Vector Machine (SVM)* dalam analisis sentimen.

- c. Pengambilan data diperluas tidak hanya dari *twitter* tetapi dari media sosial lain seperti: *Google Play*, *Instagram*, dan lainnya.
- d. Untuk data yang ber skala besar sebaiknya pelabelan *tweets* tidak manual, dapat menggunakan Teknik skor.



