

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini Sentimen analisis dengan *Naïve Bayes* dan *K-Nearest Neighbor* menunjukkan hasil yang baik. Pada penelitian ini memfokuskan pada sentimen analisis pada akun media sosial Instagram Kemenkominfo dengan menggunakan *Naïve Bayes* dan *K-Nearest Neighbor* dimana menyoroti opini dan persepsi yang berkembang luas di masyarakat melalui akun media sosial Kemenkominfo:

1. Teknik Scraping menggunakan Apify Instagram Scraper mempermudah Mengambil Data yang banyak. Dikarenakan data diambil secara otomatis melalui Website Apify.
2. Dataset komentar yang di dapatkan dari instagram disimpan dalam bentuk file CSV yang selanjutnya diklasifikasikan menjadi 3 macam sentimen diantaranya sentimen positif, negatif dan netral. Data Analisis Sentimen positif berjumlah 45,4%, negatif berjumlah 40,2%, netral berjumlah 14,4%.
3. Dari hasil penelitian ini didapatkan perbandingan antara *Naïve Bayes* dan *K-Nearest Neighbor*. *Naïve Bayes* dengan *accuracy score* 0,99% dan *K-Nearest Neighbor* dengan *accuracy score* 100%. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil analisis sentimen menunjukkan *K-Nearest Neighbor* sedikit lebih baik daripada *Naïve Bayes*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan yang didapat, terdapat saran yang dapat dilakukan untuk pengembangan pada penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan jumlah dataset yang digunakan.
2. Menggunakan algoritma yang lain, agar bisa menjadi pembeda.
3. Sistem pelabelan kelas sentimen hanya berdasarkan pada susunan kata yang terdapat pada kamus *lexicon*, sehingga kata-kata negasi belum dapat teridentifikasi dengan baik. Maka untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menggunakan sistem pelabelan yang memiliki tingkatan lebih tinggi, yakni seiring berkembangnya zaman dan teknologi mampu mendeteksi sentimen pada frasa dan kalimat.

