

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang sudah dikerjakan menggunakan cara pendekatan Support Vector Machine terhadap brand Xiaomi data twitter. Mendeteksi dan memperoleh hasil kesimpulan presentase nilai positif sebesar 41% dan presentase negatif sebesar 59%.

Selanjutnya melakukan evaluasi terhadap model Support Vector Machine yang telah diproses dengan menggunakan Confusion Matrix kemudian mendapatkan nilai akurasi sebesar 78,5%, precision sebesar 78%, recall sebesar 78,7% dan F1-score sebesar 78,3%. Maka dari itu memperoleh kesimpulan bahwa dengan menggunakan pendekatan Support Vector Machine bisa dipergunakan sebagai proses untuk melakukan klasifikasi analisis sentimen terhadap brand Xiaomi pada data twitter.

5.2 Saran

1. Untuk lebih baik lagi dibutuhkan adanya penelitian mengenai parameter yang paling baik dan bisa dipergunakan sebagai memperoleh hasil klasifikasi yang terbaik.
2. Penelitian ini menggunakan bahasa Pemrograman Python, maka dari itu butuh adanya penelitian dan penggunaan bahasa pemrograman yang lain. Dan juga menggunakan tools yang lain sebagai cara untuk mempengaruhi hasil yang lebih baik dalam melakukan proses klasifikasi.