

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan koleksi data *training* sentimen yang diambil antara bulan April, Mei dan Juni 2019, sentimen positif lebih mendominasi. Dengan komposisi sebagai berikut : *tweet* yang mempunyai sentiment positif sebanyak 425 *tweet*, netral sebanyak 318, dan negatif sejumlah 317.

10 Terms yang paling sering muncul pada teks *tweet* berbahasa Indonesia mengenai brand Xiaomi dengan *terms* 'xiaomi' sebagai pengecualian adalah : 'handphone', 'redmi', 'pake', 'kalo', 'aja', 'harga', 'mi', 'note', dan 'samsung'.

Berdasarkan data yang ada *terms* 'redmi', 'mi', 'note', 'pocophone' yang merupakan jajaran produk ponsel pintar Xiaomi mempunyai kecenderungan sentimen positif. Kemudian hal-hal yang berhubungan dengan ponsel pintar seperti 'spesifikasi', 'kamera', 'baterai' juga sama. *Terms* 'harga', 'murah' juga tercatat lebih sering digunakan pada *tweet* yang mempunyai sentimen positif.

Meskipun demikian, tercatat 'handphone' adalah *terms* yang paling sering muncul pada teks *tweet* berbahasa Indonesia mengenai brand Xiaomi dengan *terms* 'xiaomi' sebagai pengecualian. Akan tetapi *terms* 'handphone' yang mempunyai frekuensi kemunculan sebanyak 298 kali tersebut lebih banyak digunakan pada *tweet* yang mempunyai sentimen negatif dibanding positif. Kemudian *tweet* dengan *terms* 'samsung', 'iphone', 'vivo', 'oppo', 'huawei', 'nokia', 'realme', 'apple' yang notabeneanya adalah pesaing brand Xiaomi di pasar *handphone* juga mempunyai kecenderungan bersentimen negatif. Selain itu *terms* 'layar', 'video', 'suara', 'iklan', 'resmi', 'miui', 'browser', 'flagship', juga lebih sering digunakan dalam *tweet* bersentimen negatif.

Pada penelitian ini juga terbukti bahwa penyeleksian *terms* dengan menentukan batas minimum *terms* berdasarkan nilai bobot TF-IDF dapat mempengaruhi nilai akurasi. Hasil uji coba pada penelitian ini batas minimum 10 meningkatkan akurasi sedangkan batas minimum 100 menurunkan nilai akurasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, dapat diberikan saran sebagai berikut:

Untuk brand Xiaomi :

Beberapa produk Xiaomi dalam sektor ponsel pintar bisa dibilang lebih banyak diperbincangkan oleh pengguna media sosial Twitter ketimbang produk lainnya. Selain itu tercatat ada beberapa produk lain seperti *carphone*, dan masker, akan tetapi apabila kita melihat dengan perspektif yang lebih luas tentu seharusnya banyak produk lain dari brand Xiaomi yang diperbincangkan di media sosial Twitter oleh masyarakat Indonesia. Peneliti menyarankan agar Xiaomi lebih gencar memperkenalkan produk-produk mereka di sektor lain seperti bidang *smarhome*.

Meskipun beberapa nama produk ponsel pintar Xiaomi mayoritas lebih banyak digunakan dalam *tweet* yang mempunyai sentiment positif. Akan tetapi yang menarik adalah *terms* 'handphone' lebih banyak digunakan pada *tweet* bersentimen negatif. Selain itu, ketika pengguna media sosial Twitter membicarakan tentang brand Xiaomi, dan disaat bersamaan menggunakan *terms* nama merek pesaing Xiaomi di bidang ponsel pintar juga mayoritas mempunyai sentimen negatif.

Peneliti menyarankan agar pihak Xiaomi mempertahankan beberapa aspek berikut 'spesifikasi', 'kamera', 'baterai', 'harga', 'murah' yang sudah lebih banyak diperbincangkan dengan membawa sentimen positif. Dan juga meninjau ulang beberapa aspek seperti 'iklan', 'resmi' yang merupakan kebijakan pemasaran, 'miui' yang merupakan sistem operasi besutan Xiaomi, 'layar', 'suara' yang berkaitan dengan perangkat keras, 'browser', 'video' yang berkaitan dengan

perangkat lunak, dan 'flagship' yang merupakan istilah untuk sebuah produk inti atau produk unggulan dari suatu perusahaan .

Untuk peneliti selanjutnya :

1. Pada penelitian ini, peneliti menemukan beberapa masalah yang disebabkan oleh Sastrawi *Stemmer* dan *TwitterOAuth* diharapkan akan ada perbaikan dimasa yang akan datang atau penggunaan *library* lain yang lebih baik.
2. Pada penelitian selanjutnya peneliti menyarankan menambahkan metode *Information Gain* dan *Adaboost* untuk meningkatkan akurasi klasifikasi.
3. Penambahan koleksi kamus kesalahan tipografi (typo).
4. Perbandingan peningkatan akurasi dengan mengganti metode pembobotan TF-IDF dengan metode TF-IDF-CF.