

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen keterlibatan INEOS sebagai pemilik baru Manchester United melalui platform Twitter dengan pendekatan Natural Language Processing menggunakan model VADER, RoBERTa, dan meta-classifier yang berbasis pada Logistic Regression. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian telah tercapai dan selaras dengan hasil yang diperoleh. Penelitian berhasil menjawab pertanyaan mengenai bagaimana persepsi publik terhadap kepemilikan baru Manchester United oleh INEOS, serta mengevaluasi performa dua model sentimen utama dan kombinasi keduanya.

Model RoBERTa menunjukkan performa yang unggul dengan F1-score sebesar 0,71, diikuti oleh meta-classifier yang mengintegrasikan hasil RoBERTa dan VADER, yang menghasilkan hasil stabil dengan akurasi dan F1-score sebesar 0,71. Sementara itu, model VADER, meskipun lebih sederhana, memiliki kelemahan dalam mengenali sentimen negatif dan netral secara akurat. Hasil akhir menunjukkan bahwa mayoritas sentimen penggemar adalah netral (54,6%), diikuti oleh negatif (29,8%) dan positif (15,6%). Ini mengindikasikan bahwa sebagian besar penggemar bersikap hati-hati terhadap perubahan kepemilikan, meskipun ada harapan maupun kekhawatiran dari sebagian kecil lainnya.

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini mencakup aspek teknis pemodelan sentimen dan dampak manajerial kepemilikan terhadap opini publik, dan hasilnya mencerminkan manfaat yang signifikan secara teoritis dan praktis. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan teknik NLP untuk analisis opini publik, khususnya dalam konteks industri olahraga profesional. Selain itu, hasil penelitian memberikan wawasan strategis bagi manajemen Manchester United dan stakeholder dalam memahami persepsi penggemar dan potensi dampak reputasi yang muncul akibat keterlibatan pihak korporasi seperti INEOS.

5.2 Saran

Berikut beberapa saran berdasarkan hasil penelitian:

1. Untuk Manajemen Klub Manchester United
Disarankan agar keterlibatan INEOS dikomunikasikan secara terbuka dan strategis kepada publik untuk meningkatkan sentimen positif dan mengurangi keraguan penggemar.
2. Untuk Penelitian Selanjutnya
Dapat dilakukan perluasan data dengan mencakup tweet dalam berbagai bahasa agar mencerminkan sentimen global secara lebih representatif dan pengembangan model dapat dilakukan agar model dapat mengklasifikasi dataset dengan ambiguitas tinggi. Selain itu, integrasi dengan model NLP lainnya seperti XLNet bisa dieksplorasi.
3. Untuk Pengembangan Teknologi
Penggunaan hybrid model seperti meta-classifier terbukti efektif dan dapat diterapkan pada sektor lain untuk menganalisis persepsi publik, termasuk dalam bidang politik, kesehatan, atau ekonomi.
4. Untuk Akademisi dan Mahasiswa
Penelitian ini dapat dijadikan referensi metodologis dalam kombinasi pendekatan leksikal dan deep learning untuk studi analisis sentimen berbasis media sosial.