

## BAB V

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai analisis sentimen pada media sosial terkait penggemar sepak bola dengan menggunakan metode Naïve Bayes dan Support Vector Machine (SVM), dapat disimpulkan bahwa SVM memiliki kinerja yang lebih unggul dibandingkan Naïve Bayes, dengan tingkat akurasi masing-masing sebesar 68% untuk SVM dan 66% untuk Naïve Bayes. Meski begitu, kedua model masih menunjukkan kesalahan klasifikasi, terutama pada sentimen netral dan positif. Analisis juga menunjukkan bahwa sentimen positif dan netral lebih dominan dibandingkan sentimen negatif. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi klub sepak bola dan pengelola media sosial dalam memahami sentimen penggemar, serta dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan teknologi analisis sentimen di industri sepak bola, serta membantu meningkatkan loyalitas penggemar.

### Saran

Disarankan agar penelitian di masa mendatang melakukan optimasi lebih lanjut terhadap parameter model, khususnya pada SVM, untuk meningkatkan akurasi dan mengurangi kesalahan klasifikasi. Penggunaan model pembelajaran mesin yang lebih canggih, seperti deep learning, juga dapat dipertimbangkan untuk mencapai hasil yang lebih presisi. Selain itu, cakupan penelitian dapat diperluas dengan menggunakan data dari berbagai platform media sosial seperti Instagram dan Facebook agar memberikan gambaran yang lebih menyeluruh tentang sentimen penggemar sepak bola. Pengembangan sistem analisis sentimen secara real-time juga perlu dipertimbangkan untuk memungkinkan

klub sepak bola dan pemangku kepentingan menanggapi sentimen penggemar dengan lebih cepat dan efektif. Terakhir, penerapan analisis topik (topic modeling) dapat membantu klub memahami isu-isu utama yang diperbincangkan oleh penggemar, sehingga mereka dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mempertahankan loyalitas dan kepuasan penggemar.

