

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis sentimen terhadap isu **dinasti politik di Indonesia menggunakan data komentar** dari platform YouTube dan TikTok, diperoleh beberapa kesimpulan yang lebih mendetail sebagai berikut:

1. **Distribusi Sentimen:**

- Pada platform YouTube, dari 3.000 komentar yang dianalisis, mayoritas komentar menunjukkan sentimen netral sebanyak 1.266 komentar (42,2%). Sentimen negatif tercatat sebanyak 1.076 komentar (35,9%), sedangkan sentimen positif hanya berjumlah 658 komentar (21,9%). Pola ini menunjukkan bahwa diskusi pada YouTube lebih kritis dan cenderung menampilkan opini yang lebih beragam terhadap isu dinasti politik.
- Di TikTok, dari data yang dianalisis, sentimen netral tetap mendominasi dengan 906 komentar (52,7%). Namun, berbeda dengan YouTube, sentimen positif mencapai 308 komentar (17,9%) dan sentimen negatif hanya sebanyak 288 komentar (16,8%). TikTok cenderung memiliki opini yang lebih santai dan informal dalam diskusi politik.

2. **Performa Algoritma:**

- **Naïve Bayes:** Algoritma ini memiliki performa yang lebih baik dalam menganalisis komentar di YouTube. Model menunjukkan tingkat akurasi sebesar 85% dengan F1-score 0,7045 pada kelas sentimen positif. Naïve Bayes mampu menangani data teks pendek yang memiliki distribusi yang seimbang dengan kecepatan pelatihan yang lebih tinggi.

- **KNN:** Algoritma KNN lebih unggul dalam klasifikasi sentimen di TikTok dengan akurasi mencapai 92,3% dengan F1-score 0.0972 dalam kategori netral. Namun, algoritma ini menunjukkan kelemahan dalam menangani kelas sentimen positif, terutama karena sensitivitas terhadap parameter k dan pola distribusi data.

3. Efektivitas Metode Preprocessing:

- Preprocessing data melalui tahap pembersihan teks, normalisasi, penghapusan stopwords, dan stemming berhasil mengurangi noise dalam data teks. Metode ekstraksi fitur dengan TF-IDF mampu memberikan bobot lebih pada kata-kata penting yang relevan dengan konteks sentimen.
- Metode lexicon-based dalam pelabelan data turut berkontribusi dalam mengklasifikasikan komentar yang mengandung istilah-istilah khas media sosial, meskipun masih menghadapi tantangan dalam mengenali slang dan idiom tertentu.

4. Pengaruh Platform terhadap Sentimen:

- Pola komunikasi dan demografi pengguna di kedua platform memengaruhi distribusi sentimen. YouTube, dengan basis pengguna yang lebih beragam secara usia dan preferensi informasi yang lebih mendalam, menunjukkan kecenderungan opini yang kritis. Sebaliknya, TikTok lebih banyak digunakan oleh generasi muda dengan komentar yang singkat dan lebih banyak menggunakan ekspresi positif atau netral.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan penelitian di masa depan maupun penerapan praktis di lapangan:

1. **Penggunaan Dataset yang Lebih Luas dan Variatif:**

- Penelitian ini terbatas pada komentar dari satu video di masing-masing platform. Untuk meningkatkan generalisasi hasil, disarankan untuk menggunakan dataset yang lebih besar, mencakup video dari berbagai topik dan periode waktu yang berbeda. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap opini publik.

2. **Eksplorasi Algoritma Lain:**

- Algoritma lain seperti Support Vector Machine (SVM), Random Forest, dan Neural Network sebaiknya dieksplorasi untuk membandingkan performa dengan Naïve Bayes dan KNN. Algoritma tersebut memiliki potensi untuk menangani ketidakseimbangan data serta pola teks yang lebih kompleks.

3. **Pengembangan Teknik Preprocessing:**

- Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan teknik lemmatization untuk melengkapi proses stemming. Selain itu, perlu dilakukan pengayaan kamus sentimen dengan memasukkan variasi kata-kata slang, akronim, serta istilah gaul yang sering muncul dalam komentar di media sosial.

4. **Implementasi Metrik Evaluasi Tambahan:**

- Selain akurasi, presisi, dan recall, penggunaan metrik seperti Area Under the Curve (AUC) dan Matthews Correlation Coefficient (MCC) dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai performa model, terutama dalam kasus data yang tidak seimbang.

5. **Analisis Konteks Sosial dan Demografi:**

- Penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan pola sentimen antara platform YouTube dan TikTok. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi lebih jauh faktor-faktor sosial dan demografis yang memengaruhi perbedaan ini, misalnya usia, latar belakang pendidikan, dan preferensi media informasi.

6. **Aplikasi Praktis untuk Pembuat Kebijakan:**

- Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pembuat kebijakan untuk memahami persepsi publik terkait isu-isu politik. Analisis sentimen dapat membantu dalam menyusun strategi komunikasi publik yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

