

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian analisis sentimen sosial media *twitter* menggunakan *support vector machine* (SVM), didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Pemodelan klasifikasi yang dilakukan ke dalam kelas positif dan kelas negatif menggunakan metode *Support Vector Machine* (SVM) dengan menggunakan pembagian data latih (*training*) dan data uji (*testing*) sebesar 80% dan 20% secara *random* memperoleh hasil akurasi dari kernel linear sebesar 88,75% dan *error rate* sebesar 11,25%. Sedangkan untuk kernel *polynomial* memperoleh hasil akurasi sebesar 75,625% dan *error rate* sebesar 24,375%.
2. Dari penggunaan model prediksi yang dilakukan untuk menganalisis sentimen terhadap data baru yaitu data pada bulan Februari 2020, menghasilkan sentimen positif sebanyak 291 *tweet* dan sentimen negatif sebanyak 273 *tweet* dari total keseluruhan *tweet* sebanyak 564.
3. Dari hasil visualisasi yang dianalisis melalui pemilihan kategori terhadap layanan Garuda Indonesia seperti aspek fasilitas, ketepatan waktu dan tarif tiket, *customer service*, GarudaMiles & *website* Garuda Indonesia bahwasanya:
 - a. Sentimen positif terhadap kategori fasilitas lebih dominan dibandingkan negatif,
 - b. Sentimen positif terhadap kategori ketepatan waktu (*ontime*) lebih dominan dibandingkan keterlambatan (*delay*),
 - c. Sentimen positif terhadap penilaian tarif tiket lebih rendah dibandingkan sentimen negatif,
 - d. Sentimen positif terhadap penilaian *customer service* lebih tinggi daripada negatif,
 - e. Sentimen positif baik terhadap GarudaMiles dan *website* Garuda Indonesia adalah lebih rendah dibandingkan sentimen negatif.

4. Lebih dominannya sentimen positif dibandingkan negatif dari hasil penilaian terhadap layanan Garuda Indonesia, dimungkinkan karena maskapai tersebut telah memenuhi standarisasi *Skytrax* bintang 5, meskipun dalam beberapa aspek ternyata sentimen negatif lebih tinggi dibandingkan sentimen positif.

5.2 Saran

Berikut merupakan saran yang diberikan untuk pengembangan penelitian ini menjadi lebih baik kedepannya dan saran terhadap maskapai Garuda Indonesia sebagai objek penelitian, yaitu:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, dapat menggunakan *metode machine learning* lain sebagai pembanding dari metode *support vector machine* (SVM) dalam penelitian analisis sentimen sosial media *twitter* terhadap ulasan opini.
2. Untuk penelitian kedepan dan hasil penilaian sentimen yang lebih maksimal, sedapat mungkin menggunakan data *tweet customer* untuk beberapa bulan/ periode.
3. Untuk maskapai penerbangan Garuda Indonesia, khusus tarif tiket, GarudaMiles dan *website* Garuda Indonesia yang memiliki penilaian sentimen negatif lebih tinggi dari pada sentimen positif, agar dijadikan evaluasi demi meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan maskapai penerbangan Garuda Indonesia, serta dalam penelitian selanjutnya untuk kategori tarif tiket dibuatkan kategori penilaian berdasarkan tarif internasional dan nasional.
4. Meskipun Garuda Indonesia telah memiliki predikat *Skytrax* Bintang 5 (lima), agar mempertahankan beberapa layanan yang memiliki sentimen positif lebih tinggi dan sebaiknya melakukan langkah perbaikan khususnya layanan yang memiliki sentimen negatif lebih tinggi.