

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian akhir bab ini penulis akan menjelaskan kesimpulan terkait analisis yang telah dilakukan pada *tweets* tentang Tes CPNS. Setelah melakukan penelitian dan analisis sentiment dengan menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*. Setelah memberikan kesimpulan penulis juga akan memberikan saran sehingga dapat dipergunakan terhadap penelitian selanjutnya.

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis serta pembahasan diuraikan pada kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penentuan kelas atribut pada penelitian ini banyak masyarakat yang beropini dengan netral dimana pada kelas atribut tersebut itu berdampak baik bagi pemerintah yang menyelenggarakan Tes CPNS. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil dari analisis sentiment menghasilkan akurasi yang baik.
2. Hasil dari klasifikasi menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier* pada *tweets* Tes CPNS diperoleh hasil akurasi sebesar 98.0708%. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil dari analisis sentiment menghasilkan akurasi yang baik.
3. Dari hasil melakukan *N-gram* kata-kata yang paling sering muncul dan digunakan pada *tweets* Tes CPNS adalah Tes, CPNS, SKB, Peserta, dan Lokasi.

6.2. Saran

Saran yang dapat penulis berikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan evaluasi bagi pemerintah yang akan melakukan Tes CPNS ditahun-tahun berikutnya.
2. Pada penelitian ini ada beberapa kekurangan yang penulis alami seperti pada saat pelabelan masih terdapat data yang kurang pada kamus kata positif dan negative dan mungkin dapat ditambahkan agar menjadi jauh lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] “Sekretariat Kabinet Republik Indonesia _ Terbanyak Dalam Sejarah, Pelamar CPNS Tahun 2018 Capai 4,43 Juta- Sekretariat Kabinet Republik Indonesia,” 2018. .
- [2] M. L. Kent, “Using social media dialogically: Public relations role in reviving democracy,” *Public Relat. Rev.*, vol. 39, no. 4, pp. 337–345, 2013, doi: 10.1016/j.pubrev.2013.07.024.
- [3] E. B. Santoso and A. Nugroho, “Analisis Sentimen Calon Presiden Indonesia 2019 Berdasarkan Komentar Publik Di Facebook,” *Eksplora Inform.*, vol. 9, no. 1, pp. 60–69, 2019, doi: 10.30864/eksplora.v9i1.254.
- [4] T. Kurniawan, “Implementasi Text Mining Pada Analisis Sentimen Pengguna *Twitter* Terhadap Media Mainstream Menggunakan Naïve Bayes Classifier Dan Support Vector Machine Media Mainstream Menggunakan Naïve Machine,” *IT J.*, vol. 23, p. 1, 2017.
- [5] A. Rossi, T. Lestari, R. Setya Perdana, and M. A. Fauzi, “Analisis Sentimen Tentang Opini Pilkada DKI 2017 Pada Dokumen *Twitter* Berbahasa Indonesia Menggunakan Naïve Bayes dan Pembobotan Emoji,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 1, no. 12, pp. 1718–1724, 2017, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>.
- [6] N. Saputra, T. B. Adji, and A. E. Permanasari, “Analisis Sentimen Data Presiden Jokowi dengan Preprocessing Normalisasi dan Stemming Menggunakan Metode Naive Bayes dan SVM,” *J. Din. Inform.*, vol. 5, no. November, p. 12, 2015.
- [7] D. G. Nugroho, Y. H. Chrisnanto, and A. Wahana, “Analisis Sentimen Pada Jasa Ojek Online ... (Nugroho dkk.),” pp. 156–161, 2015.
- [8] E. Kouloumpis, T. Wilson, and J. Moore, “*Twitter* Sentiment Analysis: The Good the Bad and the OMG!,” *Int’l AAAI Conf. Weblogs Soc. Media*, pp. 538–541, 2011.
- [9] H. Susanto and S. Sudiyatno, “Data mining untuk memprediksi prestasi siswa berdasarkan sosial ekonomi, motivasi, kedisiplinan dan prestasi masa lalu,” *J. Pendidik. Vokasi*, vol. 4, no. 2, pp. 222–231, 2014, doi: 10.21831/jpv.v4i2.2547.

- [10] A. E. P. Harrera, "Pemanfaatan Media Sosial *Twitter* oleh Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo Telah Sesuai dengan Fungsi Utama Media Massa," *J. Messenger*, vol. 8, no. 2, p. 52, 2016, doi: 10.26623/themessenger.v8i2.335.
- [11] F. Nurhuda and S. W. Sihwi, "Analisis Sentimen Masyarakat terhadap Calon Presiden Indonesia 2014 berdasarkan Opini dari *Twitter* Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier," *ITSmart J. Ilm. Teknol. dan Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 35–42, 2014.
- [12] A. Bogdanchikov, M. Zhaparov, and R. Suliyev, "Python to learn programming," *J. Phys. Conf. Ser.*, vol. 423, no. 1, 2013, doi: 10.1088/1742-6596/423/1/012027.
- [13] S. Fransiska, "ANALISIS SENTIMEN *TWITTER* UNTUK REVIEW FILM MENGGUNAKAN ALGORITMA NAIVE BAYES CLASSIFIER (NBC) PADA SENTIMEN R PROGRAMMING," *J. Siliwangi*, vol. 5, no. 2, 2019.
- [14] M. Mulajati, "IMPLEMENTASI TEKNIK WEB SCRAPING DAN KLASIFIKASI SENTIMEN MENGGUNAKAN METODE NAÏVE BAYES CLASSIFIER DAN ASOSIASI TEKS (Studi Kasus : Data Ulasan Penumpang Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Pada Situs TripAdvisor)," *Univ. Islam Indones.*, 2017, Accessed: Apr. 15, 2021. [Online]. Available: <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/27725>.
- [15] Freddy H. Istanto, "Peran Televisi Dalam Masyarakat Citraan Dewasa Ini Sejarah Perkembangan Dan Pengaruhnya," *Nirmana*, vol. 1, no. 2, pp. 95–108, 1999.
- [16] A. Zaini, "Dakwah Melalui Televisi," *AT-TABSYIR, J. Komun. Penyiaran Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 1–20, 2015.
- [17] 2011 Bruce, "media televisi sebagai alat pendidikan," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013.
- [18] D. Joni, A. Hamid, D. Endah, and H. Utari, "Perkembangan Industri Televisi," pp. 1–43, 2002.
- [19] A. R. T. Lestari, R. S. Perdana, and M. A. Fauzi, "Analisis Sentimen Tentang Opini Pilkada Dki 2017 Pada Dokumen *Twitter* Berbahasa Indonesia Menggunakan Naïve Bayes dan Pembobotan Emoji," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 1, no. 12, pp. 1718–1724, 2017.
- [20] F. Nurhuda, S. Widya Sihwi, and A. Doewes, "Analisis Sentimen

Masyarakat terhadap Calon Presiden Indonesia 2014 berdasarkan Opini dari *Twitter* Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier,” *J. Teknol. Inf. ITSmart*, vol. 2, no. 2, p. 35, 2016.

- [21] S. Andini, “Klasifikasi Dokumen Teks Menggunakan Algoritma Naive Bayes dengan Bahasa Pemrograman Java,” *Teknol. Inf. Pendidik.*, vol. 6, no. 2, pp. 140–147, 2013.
- [22] G. A. Buntoro, “Analisis Sentimen Calon Gubernur DKI Jakarta 2017 Di *Twitter*,” *Integer J. Maret*, vol. 1, no. 1, pp. 32–41, 2017.
- [23] P. Pitria, “Pengguna *Twitter* Pada Akun Resmi Samsung Indonesia Dengan Menggunakan Naïve Bayes,” *J. Tek. Inform.*, pp. 1–8, 2014.
- [24] E. Z. Yonathan Sari Mahardhika, “Analisis Sentimen Terhadap Pemerintahan Joko Widodo Pada Media Sosial *Twitter* Menggunakan Algoritma Naives Bayes,” *Pros. SINTAK 2018*, no. 2015, pp. 409–413, 2018.
- [25] D. G. Nugroho, Y. H. Chrisnanto, and A. Wahana, “Analisis Sentimen Pada Jasa Ojek Online ... (Nugroho dkk.),” pp. 156–161, 2015.
- [26] Y. Lin, X. Wang, and A. Zhou, “Opinion spam detection,” *Opin. Anal. Online Rev.*, no. May, pp. 79–94, 2016.