

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari data komentar TikTok setelah melewati tahap *labelling* didapatkan sebanyak 621 data dengan memisahkan 80% data latih dan 20% untuk data uji. *Brand fashion* lokal memiliki sentimen positif sebesar 80,19% dan sentimen negatif sebesar 19,81% dari pengguna media sosial Tiktok.
2. Implementasi cara kerja analisis sentimen menggunakan algoritma *Support Vector Machine* (SVM) memiliki tingkat akurasi 92%, presisi 95,4%, recall 79,1%, dan f-1 score 84,4%.
3. Rekomendasi *brand fashion* lokal dengan berbagai jenis kategori tas yaitu menunjukkan bahwa dalam kategori backpack, *brand* merche lebih unggul dibandingkan *brand* lainnya. Selain itu kategori hand bag *brand* jimshoney lebih unggul dibandingkan *brand* lainnya, shoulder bag *brand* pame the label lebih unggul dibandingkan *brand* lainnya, sling bag *brand* holdrey lebih unggul dibandingkan *brand* lainnya, & terakhir tote bag *brand* beliya lebih unggul dibandingkan *brand* lainnya.

5.2. Saran

Penelitian ini masih belum sempurna. Adapun saran untuk mengembangkan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. NLP membutuhkan data yang banyak untuk melatih modelnya. Semakin banyak data yang digunakan, semakin akurat model NLP dalam mengklasifikasikan sentimen pengguna. Untuk itu perlu dilakukan pengumpulan data yang lebih banyak serta memastikan bahwa data yang dikumpulkan berkualitas tinggi yang akan sangat memengaruhi akurasi model.
2. *Brand fashion* lokal terus memonitor sentimen pengguna di *platform* media sosial, terutama TikTok, untuk mengidentifikasi tren dan perubahan dalam persepsi konsumen.