

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memperoleh total 2402 data, terdiri dari 1141 data dengan sentimen positif dan 1261 data dengan sentimen negatif. Kesimpulannya, sentimen masyarakat di media sosial *X* terhadap *jersey* Timnas Indonesia buatan *Ersपो* adalah negatif. Penulis menganalisa bahwa banyaknya sentimen negatif disebabkan oleh harga *jersey* yang mahal, desain yang kurang menarik, serta sikap desainer *jersey Ersपो* yang tidak menerima kritik dengan baik.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa saran dari penulis yang dapat diajukan:

1. Penulis berharap agar *Ersपो* melakukan evaluasi terutama dalam menyesuaikan harga produk agar lebih terjangkau oleh masyarakat Indonesia. Penyesuaian harga yang lebih terjangkau diharapkan dapat meningkatkan aksesibilitas dan daya beli konsumen di Indonesia, sehingga produk tersebut dapat lebih mudah diterima dan dimanfaatkan oleh berbagai lapisan masyarakat.
2. Pemilihan desain *jersey* sebaiknya melibatkan diskusi yang komprehensif dengan tokoh sepak bola nasional dan perwakilan suporter. Dengan melibatkan kedua pihak ini, desain *jersey* tidak hanya akan menjadi lebih menarik tetapi juga akan lebih representatif, mencerminkan identitas dan preferensi dari berbagai kalangan. Diskusi yang melibatkan kontribusi dan masukan dari tokoh sepak bola serta suporter diharapkan dapat menghasilkan desain yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan komunitas sepak bola, sehingga menciptakan keterhubungan yang lebih kuat antara tim dan penggemarnya.
3. Perlu dilakukan penelitian lanjutan menggunakan metode-metode alternatif seperti *Decision Tree*, *K-Nearest Neighbors (KNN)*, *Logistic Regression*, dan lainnya untuk melakukan Analisis Sentimen terhadap *jersey* Timnas Indonesia

dari *Ersपो* di media sosial *X*. Hal ini bertujuan untuk membandingkan keefektifan dan keunggulan masing-masing metode dalam konteks yang sama, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai metode mana yang paling sesuai.

4. Proses pengumpulan data dilakukan dari 25 Februari hingga 25 April 2024 dengan total 2402 data yang berhasil dikumpulkan. Disarankan untuk melakukan pengumpulan data ulang dengan periode yang lebih panjang agar dapat memperoleh dataset yang lebih besar dan representatif. Hal ini akan meningkatkan validitas dan generalitas hasil analisis sentimen yang dilakukan.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANU
YOGYAKARTA