

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pendidikan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dan memajukan bangsa, di mana kualitas pendidikan sangat mempengaruhi karir seseorang di masa depan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah perguruan tinggi di Indonesia, khususnya di Jawa Barat, menciptakan persaingan ketat dalam menarik minat calon mahasiswa. Manajemen sentimen di media sosial, terutama melalui analisis komentar di Instagram milik Universitas, terbukti dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai pola sentimen calon mahasiswa dan stakeholder. Penerapan machine learning, khususnya algoritma Naive Bayes, efektif dalam mengklasifikasikan sentimen sebagai positif, negatif, atau netral. Namun, penggunaan *Artificial Intelligence* (AI), khususnya GPT-4.0, diperlukan untuk menangani volume data yang besar dan kompleksitas analisis berbagai gaya bahasa seperti ironi, sindiran, sarkasme, satir, dan metafora, yang sulit diidentifikasi hanya dengan pencarian kata langsung atau teknik non-parsing. AI GPT-4.0 memungkinkan proses klasifikasi yang lebih cepat, akurat, serta membantu universitas merespons sentimen publik secara proaktif dan efisien.

Selain itu, *Business Intelligence* (BI) memainkan peran penting dalam memantau data secara *real-time*, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan berbasis data. Fenomena yang ditemukan dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya perbedaan pemahaman gaya bahasa di antara responden, yang menghasilkan variasi dalam interpretasi sentimen, menegaskan pentingnya peran AI GPT-4.0 dalam analisis yang cermat dan tepat. Kecerdasan sentimen audiens universitas sering kali tidak langsung menunjukkan sentimen negatif. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih mendalam dari segi makna dan budaya untuk

benar-benar memahami apakah sentimen tersebut negatif dan apakah perlu ada tindak lanjut untuk menurunkan tingkat sentimen tersebut.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa gaya bahasa masyarakat Indonesia, seperti kritik yang disampaikan melalui kelakar atau pujian, memperkuat kebutuhan akan analisis yang lebih komprehensif. Sistem penandaan dengan bendera (merah, kuning, hijau) yang dikembangkan dalam penelitian ini terbukti efektif dalam memantau perubahan tingkat sentimen negatif setelah diberikan respons. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan model manajemen sentimen yang lebih efektif, tetapi juga menunjukkan bagaimana penggabungan machine learning, AI GPT-4.0, dan Business Intelligence dapat meningkatkan kecepatan dan akurasi dalam memahami serta mengelola sentimen publik, mendukung strategi branding dan komunikasi universitas yang lebih adaptif. Implikasi dari penelitian ini mencakup pengembangan strategi branding yang lebih berbasis data, memungkinkan universitas untuk merespons sentimen publik dengan lebih cepat dan tepat. Selain itu, penelitian ini mendorong optimalisasi manajemen komunikasi yang lebih efisien melalui pemanfaatan AI dalam memahami kompleksitas gaya bahasa, serta menyarankan adopsi sistem manajemen sentimen yang lebih baik oleh perguruan tinggi lain untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens di media sosial.

5.2 Saran

1. Pengembangan Kamus Gaya Bahasa:

Penelitian ini menunjukkan bahwa identifikasi sentimen negatif yang menggunakan gaya bahasa seperti sindiran, ironi, satir, dan metafora memerlukan alat bantu yang lebih canggih. Oleh karena itu, disarankan untuk mengembangkan kamus gaya bahasa yang lebih lengkap dan spesifik untuk konteks bahasa Indonesia. Kamus ini akan membantu meningkatkan akurasi dalam analisis sentimen dan mengidentifikasi nuansa dalam komunikasi yang lebih halus. Kamus tersebut juga dapat memfasilitasi pemahaman yang lebih baik antara responden yang familiar dengan gaya

bahasa tertentu dan responden awam yang mungkin kesulitan menangkap makna tersirat dari gaya bahasa yang digunakan.

2. Penerapan Model Manajemen Sentimen di Kampus Lain:

Mengingat efektivitas model manajemen sentimen yang dikembangkan dalam penelitian ini, disarankan agar model ini diterapkan di perguruan tinggi lain di Indonesia. Model ini terbukti efektif dalam mengelola sentimen di media sosial, khususnya di Instagram, dan dapat membantu institusi lain dalam memperkuat branding mereka melalui interaksi yang lebih responsif dan terstruktur. Selain itu, ada baiknya melakukan studi banding dengan universitas lain untuk memahami pendekatan yang mereka gunakan dalam manajemen sentimen, sehingga bisa diidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari masing-masing pendekatan. Hal ini juga dapat membantu dalam menyempurnakan model manajemen sentimen yang dikembangkan dalam penelitian ini.

3. Penerapan Sistem Manajemen Sentimen di UNIKOM:

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar UNIKOM segera mengimplementasikan sistem manajemen sentimen yang telah dikembangkan. Sistem ini sangat fleksibel dan dapat diterapkan kapan saja, terutama saat kegiatan promosi, mempertahankan citra, atau ketika menghadapi situasi yang berpotensi mengancam reputasi universitas. Dengan penerapan yang berkelanjutan, UNIKOM dapat lebih proaktif dalam mengelola persepsi publik dan memastikan bahwa citra universitas tetap positif di mata calon mahasiswa dan stakeholder. Selain itu, sistem ini dapat membantu membedakan antara respon yang datang dari audiens yang mengerti gaya bahasa kompleks dan responden awam yang mungkin memberikan sentimen tanpa pemahaman mendalam terhadap konteks, sehingga memungkinkan penanganan yang lebih tepat.

4. Pengembangan Panduan Mitigasi Sentimen Negatif:

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan untuk menyusun panduan komprehensif yang dapat digunakan oleh perguruan tinggi dalam menangani sentimen negatif. Panduan ini harus mencakup pendekatan mitigasi bertingkat, dari penanganan awal oleh tim media sosial hingga eskalasi jika diperlukan. Panduan ini tidak hanya akan membantu dalam merespons isu secara lebih cepat dan tepat, tetapi juga dalam mengurangi dampak negatif terhadap citra institusi. Penting juga untuk mempertimbangkan perbedaan antara respons dari audiens yang memahami gaya bahasa tertentu dan responden yang lebih awam, sehingga panduan tersebut dapat disesuaikan untuk menargetkan berbagai tingkat pemahaman.

5. Penerapan Teknologi *Machine Learning* dan *Business Intelligence*:

Dalam jangka panjang, disarankan untuk mengintegrasikan teknologi machine learning dengan sistem *Business Intelligence* (BI) yang ada di perguruan tinggi. Hal ini akan memungkinkan analisis sentimen yang lebih mendalam dan real-time, serta mendukung pengambilan keputusan strategis yang berbasis data. Dengan demikian, institusi dapat lebih cepat menanggapi perubahan sentimen dan situasi yang berkembang di media sosial. Penggunaan AI GPT-4.0 yang terbukti efektif dalam penelitian ini juga dapat diterapkan untuk menyempurnakan kemampuan analisis terhadap gaya bahasa yang kompleks, memungkinkan tanggapan yang lebih tepat waktu dan akurat terhadap sentimen publik yang muncul.