

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini.

1. Hasil analisis emosi dengan *NRC Emolex* menunjukkan lima objek museum membuat pengunjung merasakan positif (*joy* dan *trust*) dengan rentang persentase antara 17% hingga 23%. Museum Wayang menjadi museum yang memberikan emosi *trust* dan *joy* tertinggi dengan persentase sebesar 23,3% dan 23,7%. Sedangkan, emosi *anticipation* dan *surprise* tertinggi sebesar 20,7% dan 13,1% diberikan Museum MACAN. Emosi negatif (*sadness*, *fear*, *disgust*, dan *anger*) terhadap lima objek museum rendah, di bawah 12%. Di antara lima objek museum, Museum Bank Indonesia mendapatkan persentase emosi *anger* tertinggi, yaitu sebesar 6,6%. Museum MACAN mendapatkan persentase emosi *sadness* tertinggi sebesar 11,6%. Emosi *disgust* banyak diberikan pengunjung Museum Nasional dengan persentase sebesar 5,8%. Terakhir, Museum Bank Indonesia sebagai museum yang memiliki persentase emosi *fear* tertinggi, yaitu sebesar 9,9%. Hal ini dapat menggambarkan bahwa pengunjung mendapatkan emosi positif yang lebih tinggi selama melakukan kunjungan di setiap museum. Rata-rata persentase emosi *trust* (21,88%), *joy* (20,92%), *anticipation* (18,52%), dan *surprise* (10,96%) lebih tinggi dibandingkan dengan persentase emosi *sadness* (9,78%), *fear* (7,6%), *disgust* (5,24%), dan *anger* (5,14%).
2. Hasil analisis persepsi dengan visualiasi *wordcloud* terhadap lima museum di Jakarta menggambarkan berbagai fokus dan pendekatan masing-masing museum. *Jakarta History Museum* menonjolkan sebagai museum yang bersih dan ramah, serta memberikan pengalaman mengeksplorasi sejarah Kota Jakarta dengan kata kunci “sejarah”, “bagus”, “bersih”, “ramai”, “bangunan”, dan “foto”.

Museum Nasional dengan keberagaman koleksi dan cocok untuk anak-anak, menciptakan ruang yang inklusif untuk belajar sejarah Indonesia dengan kata kunci “bagus”, “sejarah”, “Indonesia”, “bersih”, “nyaman”, “anak”, “koleksi”, “pameran”, dan “imersifa”. Museum Bank Indonesia menekankan pada sejarah uang Indonesia dan menjaga kebersihan dan kenyamanannya dengan kata kunci “sejarah”, “uang”, “bagus”, “nyaman”, “bersih”, dan “menarik”. Museum MACAN menarik pengunjung dengan fokus pada seni modern dan memberikan pengalaman berfoto yang unik dengan kata kunci “foto”, “seni”, “bagus”, “pameran”, dan “instagramable”. Museum Wayang tidak hanya menjadi destinasi edukasi untuk anak-anak, tetapi juga menyajikan pengalaman menyenangkan dan nyaman melalui pertunjukan langsung dan pewayangan dengan kata kunci “koleksi”, “boneka”, “bagus”, “anak”, “menarik”, “nyaman”, “pewayangan”, dan “pertunjukan”.

3. Model *support vector machine* (SVM) yang mengenali 8 emosi dan data yang telah di-*sampling* menggunakan SMOTE serta dilakukan seleksi fitur merupakan model dengan performa yang paling baik dibandingkan model lainnya dengan metrik evaluasi, yaitu *accuracy* 83,3%, *precision* 79,7%, *recall* 59,47%, dan *F1-Score* 66,21%. Artinya, model berhasil memprediksi 83,3% data dengan benar dari keseluruhan data, dimana hanya 79,7% di antaranya yang benar-benar tepat. Nilai *F1-Score* yang cukup rendah dan jauh berbeda dengan akurasi menunjukkan model belum terlalu bagus. *Recall* rendah menunjukkan model tidak mampu menemukan jawaban kelas data berdasarkan pola-pola yang ditemukan dari proses *training*.

## 5.2 Saran

Penelitian yang telah dilakukan masih memiliki beberapa kekurangan. Berikut merupakan saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya diidentifikasi sebagai berikut.

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan *lexicon* emosi yang lain atau melakukan kustomisasi *lexicon* yang relevan dengan konteks penelitian yang dilakukan.
2. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi algoritma klasifikasi selain SVM atau teknik optimasi klasifikasi lainnya untuk meningkatkan performa model.