

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penampilan yang menarik dan wajah yang mempesona serta enak di pandang adalah hal yang paling diidam – idamkan oleh semua kaum hawa. Akan tetapi untuk mewujudkan penampilan yang menarik dan mempesona tidak hanya nampak dari pakaian atau aksesoris yang dikenakan saja, akan tetapi hal yang paling menunjang penampilan terutama bagi kaum hawa ialah kulit yang sehat dan cerah. Kulit merupakan salah satu bagian yang paling penting untuk dirawat. Oleh karena itu merawat kulit adalah proses untuk memperindah penampilan dan juga merupakan langkah penting dalam menjaga kesehatan kulit secara keseluruhan. Saat ini sudah banyak para wanita yang telah memahami bagaimana cara merawat kulit agar tetap sehat dan bercahaya walaupun banyak aktivitas di luar ruangan yang bisa mengakibatkan kulit terkena paparan sinar UV yang menyebabkan kulit menjadi kusam dan rusak. Sebelum melaksanakan perawatan kulit, hal yang paling utama yaitu mengetahui jenis kulit dan tingkat kelembapan kulit yang berbeda – beda (Pratiwi, dkk 2021) untuk membantu para perempuan agar lebih mudah mengetahui skincare yang cocok pada kulit mereka, sehingga penelitian ini penulis ingin mengkaji analisis sentimen konsumen terhadap skincare *the originote* menggunakan metode *support vector machine*.

Untuk meminimalisir kesalahan dalam pembelian terhadap suatu produk, konsumen mencari informasi melalui testimoni dan opini dari layanan mereka yang berbagi pengalaman setelah menggunakan suatu produk tersebut sebelumnya. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi segala informasi dapat dengan mudah ditemukan, termasuk kemudahan untuk mendapatkan informasi produk kecantikan tidak lepas dari layanan mereka yang berbagi pengalaman di media sosial yang khusus mengulas produk kecantikan (astuti, 2022). *The Originote* merupakan salah satu brand skincare lokal yang berdiri pada tahun 2022 dan sudah memiliki rangkaian skincare yang sudah disesuaikan dengan setiap masalah kulit.

dan dapat digunakan pada remaja mulai usia 13 tahun. Setiap produk yang ditawarkan juga memiliki keunggulan masing – masing dengan masalah kulit dengan kandungan yang advance namun dengan harga yang sangat terjangkau. *Femaledaily.com* dan *The Originote.com* bekerja sama dalam membuat konten khusus yang membahas produk kecantikan (Yutika,2021). Setiap harinya banyak pengguna menuliskan review pada beberapa produk. Review produk dapat memberikan manfaat bagi konsumen yang baru ingin mencoba produk skincare baru, konsumen mendapat banyak informasi kualitas suatu produk skincare berdasarkan pengalaman konsumen lain yang sudah pengalaman yang sudah memakai produk tersebut.

Analisis sentimen merupakan sebuah metode yang digunakan untuk memahami, mengekstrak data opini, dan mengolah data tektual secara otomatis untuk mendapatkan sebuah sentimen yang mengandung dalam sebuah opini (Sari,dkk 2020). Secara umum analisis sentimen dikelompokkan menjadi dua tipe yaitu, analisis sentimen berbasis polaritas dan analisis sentimen emosi , Analisis sentimen berbasis polaritas melakukan pengambilan informasi pada review berdasarkan kelasnya. Yakni, positif negatif dan netral. Jika analisis sentimen berbasis emosi pengambilan informasi pada review didasarkan pada emosi dasar manusia (Pratiwi,dkk 2021). Dengan adanya sistem analisis sentimen ini diharapkan dapat membantu perusahaan mengetahui umpan balik terhadap brand dan masyarakat dalam menilai sebuah produk berdasarkan review yang ada. Menurut penelitian Kristiyanti pada tahun 2019, pengkajian ulang tentang review produk kosmetik dengan cara pengklasifikasian review tersebut ke dalam class positif dan negatif. Teknik klasifikasi yang digunakan untuk klasifikasi data adalah *Support Vector Machine* (SVM) dengan penggabungan metode pemilihan fitur *Particle Swarm Optimization* agar bisa meningkatkan akurasi. Evaluasi pengukuran sebelum dan sesudah penambahan metode pemilihan fitur dilakukan menggunakan *10 Fold Cross Validation*. Sedangkan pengukuran akurasi diukur dengan *Confusion Matrix* dan Kurva ROC. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan akurasi *Support Vector Machine* dari 89.00 % menjadi 97.00 %.

Proses analisis sentimen terhadap skincare *The Originote* menggunakan

metode *Support Vector Machine* (SVM) dapat dilakukan dengan Pengumpulan data yaitu data ulasan dan pendapat konsumen terhadap skincare The Originote dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti *platform* media sosial, situs web belanja, dan forum diskusi. Data ini dapat berupa teks ulasan, komentar, atau skor penilaian. Pra-pemrosesan data dalam Langkah ini meliputi pembersihan dan pemformatan data, termasuk menghilangkan tanda baca, kata-kata yang tidak relevan, dan mengonversi teks menjadi representasi numerik yang dapat diproses oleh SVM. Pembagian data yaitu data dibagi menjadi dua bagian, yaitu data latih untuk melatih model SVM dan data uji untuk menguji kinerja model. Ekstraksi fitur yang dilakukan ekstraksi fitur dari teks ulasan, seperti metode TF-IDF untuk mengubah teks menjadi representasi fitur numerik yang dapat digunakan dalam model SVM. Pelatihan model SVM berupa Model SVM dilatih menggunakan data latih yang telah dipersiapkan sebelumnya, Model ini akan mempelajari pola-pola dalam data untuk mampu mengklasifikasikan sentimen positif, negatif, atau netral. evaluasi model yaitu model SVM dievaluasi menggunakan data uji untuk mengukur kinerjanya dalam mengklasifikasikan sentimen konsumen terhadap skincare *The Originote*. Dengan menggunakan metode *Support Vector Machine* dalam analisis sentimen, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pandangan konsumen terhadap merek skincare tersebut, sehingga produsen dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk serta memperbaiki strategi pemasaran dan pengembangan produk.

Teknik SVM digunakan oleh para peneliti dalam analisis sentimen ini. Algoritma AI yang dikenal sebagai mesin vektor dukungan (SVM) memiliki pendekatan berbasis pembelajaran terkontrol dan dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah klasifikasi dan regresi. Serta menganalisis informasi dan memilahnya menjadi salah satu dari dua kategori. *Support Vector Machine* (SVM) memiliki kelebihan yaitu karena menggunakan titik pelatihan dari fungsi keputusan (vektor pendukung), ia bekerja relatif baik ketika ada pemisah tepi yang jelas antar kelas, cocok untuk ruang berlapis tinggi, kuat ketika kuantitas aspek lebih penting dari pada kuantitas sampel, dan menghemat memori. Atas dasar uraian penulis tentang latar belakang, penulis menetapkan judul Tugas Akhir yaitu “ANALISIS

SENTIMEN KONSUMEN TERHADAP SKINCARE THE ORIGINOTE MENGGUNAKAN METODE *SUPPORT VECTOR MACHINE*".

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana melakukan analisis sentimen terhadap produk skincare *The Originote*?
2. Bagaimana kinerja metode *Support Vector Machine* dalam menganalisis sentimen terhadap skincare *The Originote*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan Masalah yang ditentukan untuk menghindari perluasan pembahasan sehingga tujuan dari penelitian ini tercapai. Dalam analisis sentimen ini dibatasi pada:

1. Jumlah data yang akan diklasifikasi sekitar 1000 data ulasan pada website *The Originote*.
2. Metode yang digunakan untuk analisis sentimen adalah metode *Support Vector Machine*.
3. Data yang diambil dari website *The Originote* yang di unggah dari bulan maret– mei.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk digunakan oleh konsumen dalam mengetahui kecocokan atau tidak nya sebuah produk skincare tersebut.
2. Untuk mengetahui seberapa tepat analisis sentimen dengan menggunakan metode *Support Vector Machine* dari data ulasan konsumen terhadap skincare *The Originote*.
3. Untuk dapat digunakan oleh perusahaan *The Originote* mengenai pandangan konsumen terhadap kualitas produk mereka.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh adalah“ Para konsumen dapat mengetahui kualitas produk *skincare* yang akan di beli , dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana merespons produk *skincare The Originote*, dan perusahaan produk kecantikan dapat mengetahui sudut pandang pelanggan terhadap kualitas produk serta membantu perusahaan *The Originote* untuk melakukan perbaikan pada produk mereka”.