

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Produk kecantikan yang beredar di pasaran saat ini sangat beragam, Namun tidak semua produk kecantikan memiliki kualitas yang baik sesuai kebutuhan konsumen dan hal ini yang harus diperhatikan oleh para konsumen. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli produk kecantikan sebaiknya konsumen mengetahui dengan detail produk yang akan dibeli, hal ini dapat dipelajari dari testimoni dan opini atau hasil review dari konsumen yang sudah membeli dan menggunakan produk tersebut sebelumnya[1]. Memanfaatkan perkembangan teknologi informasi segala informasi mudah untuk ditemukan, termasuk kemudahan untuk mendapatkan informasi produk kecantikan Melimpahnya informasi produk kecantikan tidak lepas dari layanan mereka yang berbagi pengalaman setelah menggunakan produk kecantikan melalui media sosial, blog pribadi, atau website yang khusus memiliki fitur untuk mengulas produk kecantikan [2]

The Originote merupakan salah satu dari sekian banyak pesaing di industri perawatan kulit yang menyediakan produk dengan harga terjangkau. The Originote menjadi salah satu perusahaan yang kini mengalami fenomena tersebut, begitu pula dengan tingkat penggunaan dan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan produk kecantikan. The Originote memperoleh total angka penjualan sebesar 4,2 juta di Shopee[3] The Originote adalah merek perawatan kulit yang memulai memperkenalkan produk mereka pada bulan April 2022 dan dengan cepat menjadi terkenal di Shopee sebagai salah satu perusahaan perawatan wajah yang paling dicari dan terlaris. Dengan kandungan utamanya, hyaluron, ceramide, dan chlorelina, yang dapat membantu menghidrasi kulit, merawat pelindung kulit, dan mempertahankan keremajaan kulit, The Originote mampu mengguguli

Analisis sentimen dalam penelitian ini berfungsi untuk memahami opini konsumen terhadap produk kecantikan The Originote dengan mengkategorikan ulasan mereka menjadi sentimen positif atau negatif. Konsumen sangat penting karena mempengaruhi citra produk dan membantu perusahaan mengevaluasi kualitas dan penerimaan produknya di pasar. Ulasan yang diambil dari situs komentar YouTube sering kali beragam dalam struktur dan formatnya, sehingga perlu dilakukan pembersihan data (pre-processing) untuk memastikan analisis sentimen dapat dilakukan secara efektif. Setelah data dibersihkan, metode Naive Bayes digunakan untuk mengklasifikasikan sentimen ulasan. Metode Naive Bayes dipilih karena kesederhanaan dan efektivitasnya dalam mengklasifikasikan teks. Dengan menggunakan algoritma ini, penelitian dapat menentukan apakah ulasan konsumen terhadap produk The Originote bersifat positif atau negatif. Hasil dari analisis sentimen ini akan membantu perusahaan memahami persepsi konsumen dan mengidentifikasi aspek yang mungkin perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pengguna[5].

Penelitian ini tidak hanya fokus pada klasifikasi sentimen, tetapi juga pada evaluasi akurasi dari metode Naive Bayes yang digunakan. Dengan demikian, hasil akhir penelitian akan memberikan gambaran jelas mengenai sentimen konsumen terhadap produk The Originote dan seberapa efektif metode Naive Bayes dalam mengklasifikasikan ulasan tersebut. Tahapan penelitian meliputi pengumpulan dan pre-processing data, penerapan algoritma Naive Bayes, serta pengukuran dan perbandingan akurasi algoritma Naive Bayes. Tujuan akhirnya adalah menentukan klasifikasi ulasan dan membandingkan tingkat akurasi Naive Bayes dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan. Karena algoritma Naive Bayes memiliki nilai performa yang baik mempunyai beberapa keunggulan yaitu sangat sederhana, cepat serta mudah untuk digunakan, dapat menangani data yang kontinu maupun diskrit dan juga Naive Bayes dapat digunakan untuk prediksi probabilistic. Oleh sebab itu penelitian akan menggunakan algoritma Naive Bayes[5].

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Banyaknya respon positif dan negatif dari komentar terkait dengan produk kecantikan The Originote di Indonesia.
- 2) Metode Naïve Bayes memiliki cara analisis yang tingkat akurasi.

## 1.3. Pertanyaan Penelitian

- 1) Bagaimana komentar review YouTube terkait produk kecantikan The Originote dengan metode Naïve Bayes?
- 2) Berapa akurasi yang dihasilkan dengan metode klasifikasi Naïve Bayes?

## 1.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah untuk mengetahui ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Data yang digunakan adalah mengenai komentar review YouTube topik produk kecantikan The Originote pada 2022 sampai 2024
- 2) *Dataset* yang digunakan berbahasa Indonesia.
- 3) Kata kunci yang digunakan untuk *crawling* data adalah “Produk kecantikan the originote”.
- 4) Klasifikasi sentimen yang digunakan terdiri dari positif dan negatif.

## 1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1) Mengetahui respon positif dan negatif komentar review YouTube pada produk kecantikan the originote YouTube dengan metode Naïve Bayes.
- 2) Mengetahui hasil akurasi metode Naïve Bayes dalam menganalisis sentimen komentar review YouTube produk kecantikan the originote.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Membantu mengamati bagaimana respon komentar review terhadap produk kecantikan the originote.
- 2) Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.
- 3) Dapat dijadikan bahan evaluasi instansi the originote untuk mengendalikan situasi.