

## ABSTRAK

### PERBANDINGAN METODE *SUPPORT VECTOR MACHINE* DAN *NAÏVE BAYES* UNTUK ANALISIS SENTIMEN PADA *OPINI* PRODUK KECANTIKAN (STUDI KASUS: LACOCO WATERMELON GLOW MASK)

Oleh

Adela Putri Handayani

18102254

Produk kecantikan pada saat ini sudah menjadi kebutuhan Wanita dikarenakan untuk tampil cantik merupakan suatu kebanggaan dan percaya diri setiap Wanita. Tetapi untuk berpenampilan cantik harus diiringi dengan memakai produk kecantikan yang bisa merawat dan mengobati semua permasalahan yang ada di wajah. Namun tidak semua produk kecantikan sesuai dengan kulit wajah konsumen. Untuk mengetahui suatu produk cocok atau tidak konsumen harus melihat ulasan sebelum membeli produk. Salah satu produk kecantikan yang sedang ramai yaitu dari brand Lacoco. Lacoco Watermelon Glow Mask merupakan salah satu produk *best seller* dan direkomendasikan dari Lacoco. Pada situs Female Daily produk ini memiliki 65% dari pengguna merekomendasikan produk ini. Data dengan 1023 ulasan pada situs Sociolla 903 pengguna merekomendasikan produk ini. Oleh karena itu perlu dilakukannya analisis sentimen supaya bisa mengklasifikasikan opini konsumen menjadi positif atau negatif serta dapat menjadi evaluasi perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan metode *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes*. Dalam penelitian ini dibuat perbandingan dengan 4 skenario yang kemudian akan diuji menggunakan 3 pembagian data yaitu 7:3, 8:2, dan 9:1. Hasil dari penelitian ini yaitu didapatkan bahwa metode *Support Vector Machine* lebih unggul dari *Naïve bayes* menggunakan pembobotan kata TFIDF pakai stemming dengan pembagian data 9:1. Nilai akurasi yang diperoleh yaitu sebesar 81,46% dengan jumlah komentar positif sebanyak 504 dan komentar negative sebanyak 109.

**Kata Kunci :** Analisis Sentimen, Lacoco Watermelon Glowmask, Klasifikasi, *Support Vector Machine*, *Naïve Bayes*.