

BAB I

PENDAHULUAN

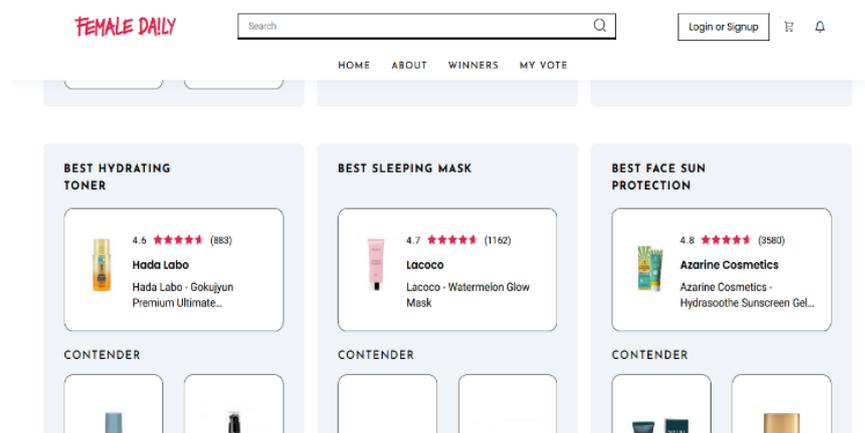
1.1 Latar Belakang

Perkembangan kosmetik dalam bidang kecantikan terus berkembang pada zaman yang modern ini. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang bersaing dalam pasar kosmetik. Hal itu juga membuat semakin banyak brand luar negeri yang masuk ke Indonesia, sehingga menuntut produk lokal untuk terus berinovasi dalam upaya mempertahankan produknya dalam bersaing agar tidak tersingkirkan dengan produk luar negeri [1]. Kosmetik sudah menjadi kebutuhan bagi para wanita karena tidak hanya untuk mempercantik tetapi bisa merawat kulit wajah. Perusahaan produk kosmetik berlomba-lomba mempromosikan produknya dari harga yang murah atau yang bisa dibeli dengan kantong pelajar maupun harga yang mahal [2]. Sedangkan citra dari sebuah merek (*brand image*) merupakan gambaran atau kesan awal dari konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk dari sebuah informasi yang berdasarkan dari pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. Pengaruh citra merek berhubungan dengan kesukaan dan ketidaksukaan konsumen dengan suatu merek produk. Konsumen yang memiliki kesan positif terhadap merek tertentu akan melakukan pembelian yang berulang-ulang tetapi jika konsumen memiliki kesan negatif terhadap suatu produk maka konsumen tidak akan melakukan pembelian lagi dari merek produk tersebut [3].

Saat ini kosmetik ramai diperbincangkan sehingga para konsumennya mengeluarkan pendapat, ekspresi, opini dan juga informasi dalam bentuk tulisan. Pengguna kosmetik juga semakin teliti ketika akan membeli produk dan dengan adanya situs review kosmetik membuat pengguna mendapatkan informasi mengenai produk yang diinginkan melalui internet, seperti pada situs Female Daily dan Sociolla terdapat *review* produk dari konsumen yang

dapat digunakan oleh pengguna kosmetik ketika akan membeli produk kecantikan sebagai evaluasi suatu produk. Membaca *review* sebelum membeli merupakan hal yang sangat penting untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan produk yang akan kita gunakan. Hal ini dapat dipelajari dari testimoni konsumen yang sudah membeli produk dan menggunakan produk sebelumnya. *Review* atau pendapat konsumen terhadap produk bisa dilakukan dalam situs *review* produk kecantikan Female Daily dan Sociolla. Female Daily saat ini penggunanya mencapai 50 juta dalam setahun terakhir. Angka tersebut, 4 juta di antaranya adalah *unique users* dengan rentang usia pengguna Female Daily terbesar datang dari kelompok 18-24 tahun[4].

Salah satu produk yang sering di perbincangkan dan mendapatkan *review* yang baik adalah Watermelon Glow Mask, hal ini dibuktikan dengan dipilihnya produk Lacoco Watermelon Glow mask sebagai *Best Sleeping Mask* pada Female Daily pada tahun 2021 [5]. Terpilihnya produk tersebut sebagai best sleeping mask sehingga diperlukannya bahan evaluasi dari tiap komentar yang diberikan pengguna untuk memantau perkembangan dari produk tersebut agar dapat sesuai dengan kebutuhan konsumen. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa lacoco watermelon sleeping mask menjadi best sleeping mask 2021.



Gambar 1.1 Best Sleeping Mask 2021 [5].

Oleh karena itu analisis sentimen sangat dibutuhkan karena opini masyarakat terhadap produk Lacoco Watermelon Glow Mask sangat berpengaruh untuk membantu *brand* tersebut dalam melakukan evaluasi produk sehingga dapat menjual produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Analisis sentimen akan digunakan untuk mengelompokkan jenis tulisan pada suatu kalimat untuk mengetahui opini yang diekspresikan tersebut termasuk opini positif atau negatif. Dalam hal ini, konten yang dibuat tidak memiliki struktur formal. Sehingga proses analisis sentimen dengan menggunakan data dari situs yang dirujuk akan menjadi lebih sulit. Diperlukan proses *pre-processing* data untuk pembersihan data agar lebih mudah dipahami [6]. Analisis sentimen merupakan proses dalam melakukan analisis pendapat, penilaian, sentimen, sikap dan emosi manusia terhadap suatu produk, jasa, topik dan atribut lainnya. Banyaknya penelitian tentang analisis sentimen dikarenakan memberi manfaat yang cukup besar. Salah satunya yaitu membantu untuk mengetahui respon masyarakat terhadap suatu produk dengan melakukan klasifikasi [7].

Dalam melakukan klasifikasi terdiri dari beberapa algoritma diantaranya yaitu *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes*. Pada penelitian ini dalam mengklasifikasikan komentar positif dan negatif menggunakan metode *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes*. Metode *Support Vector Machine* menjadi metode klasifikasi dan regresi yang sering digunakan dalam masalah *linear* dan *non-linear*. Kelebihan *Support Vector Machine* adalah mampu untuk generalisasi yang tinggi serta dapat menghasilkan model klasifikasi yang baik meskipun hanya dengan bantuan data yang sedikit dan pengaturan parameter yang sederhana. *Support Vector Machine* juga banyak digunakan dalam penelitian dikarenakan metode tersebut dapat menghasilkan data yang paling akurat dalam mengklasifikasikan teks [8].

Metode pengklasifikasian selain *Support Vector Machine* yang baik adalah *Naïve Bayes* karena mudah untuk dibuat, dalam penggunaannya

Naive Bayes tidak membutuhkan skema estimasi parameter perulangan yang rumit, metode *Naive Bayes* merupakan algoritma yang sangat mudah diinterpretasikan sehingga dapat dimengerti dengan mudah oleh pembaca pada saat ini penggunaan metode Support Vector Machine dan *Naive Bayes* juga merupakan algoritma yang dapat meminimalkan tingkat kesalahan pada proses pengklasifikasian dibandingkan dengan algoritma pengklasifikasian yang lain [9]. *Naive Bayes* juga merupakan metode klasifikasi yang populer karena memiliki performa yang baik pada banyak domain, sederhana dan efisien [10].

Pada penelitian ini mengimplementasikan metode Support Vector Machine dan *Naive Bayes* untuk dijadikan metode dalam analisis komentar pengguna mengenai Lacoco Watermelon Glowmask. Tahapan dalam mengimplementasikan metode SVM dan *Naive Bayes* yaitu melakukan pengambilan data dengan Teknik scraping, selanjutnya dilakukan tahapan pembersihan data dengan cara preprocessing, setelah data dibersihkan dilakukan labeling dengan menggunakan Lexicon Inset, setelah data dilabeling dilakukan pembobotan kata dengan menggunakan TFIDF dan Word2vec dengan pengujian keempat skenario yaitu TFIDF tanpa stemming, TFIDF dengan stemming, *Word2vec* tanpa *stemming*, *Word2vec* dengan *stemming*.

Data yang digunakan berupa komentar yang bersifat positif maupun negatif pada opini produk tersebut dengan melakukan klasifikasi serta mengetahui performa menggunakan algoritma *Support Vector Machine* dan *Naive Bayes*. Sehingga hasil akhirnya adalah mengetahui klasifikasi dari komentar tersebut dengan menggunakan *Support Vector Machine* dan *Naive Bayes* serta mengetahui hasil akurasi dari kedua metode tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diperoleh rumusan masalah yaitu, diperlukan suatu model untuk melakukan klasifikasi opini

masyarakat serta belum diketahui nilai akurasi dari perbandingan metode klasifikasi yaitu *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes*.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini, agar berfokus dalam menyelesaikan masalah adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan data sentimen tentang produk Lacoco Watermelon Glow Mask.
2. Penelitian ini menggunakan metode *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes*.
3. Data komentar masyarakat diambil dari situs Female Daily dan Sociolla.
4. Data diambil dari bulan Desember 2018 sampai Oktober 2021.
5. Data yang digunakan berjumlah 2041.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengimplementasikan masing-masing metode *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes* dalam melakukan klasifikasi terhadap opini masyarakat mengenai produk Lacoco Watermelon Glow Mask.
2. Mengetahui hasil akurasi dari perbandingan algoritma *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil analisis sentimen dapat digunakan sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis, sebagai implementasi dari pembelajaran atau perkuliahan ke lingkungan masyarakat dalam hal ini adalah penerapan *sentiment analysis*.

2. Manfaat bagi Lacoco Watermelon Glowmask, sebagai evaluasi produk Lacoco Watermelon Glowmask.
3. Manfaat bagi kalangan penulis, yaitu diharapkan sebagai referensi untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama.