BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini penggunaan internet meningkat pesat dan perilaku individu sangat bergantung pada internet sehingga mendorong segala aspek inovasi sesuai dengan minat dan kebutuhan yang berbeda-beda. Di era modern, banyak konsumen yang mengungkapkan pandangannya melalui media online. Seperti halnya membaca review mengenai kosmetik atau perawatan kulit, Anda bisa mengetahui kualitas dari merek kosmetik tersebut, cocok digunakan atau tidak, dan kini kita juga bisa mengidentifikasi produk mana yang cocok untuk kulit Anda. Jadi sebelum membeli suatu produk hendaknya konsumen mengetahui informasi secara detail mengenai produk yang akan dibeli, informasi tersebut bisa didapat dari testimoni, pendapat atau hasil review konsumen yang telah membeli dan menggunakan produk tersebut.

Membaca review produk dapat membuat masyarakat lebih tertarik pada produk yang memberikan review baik berdasarkan standar deviasi 5,06 dibandingkan informasi dari tim pemasaran yang hanya 4,36 (Cha, 2007). Produk kecantikan memerlukan banyak pemikiran saat membeli karena setiap kondisi kulit berbeda-beda. Oleh karena itu, masyarakat harus berhati-hati saat membaca ulasan. Namun opini yang ditulis di situs online banyak dan beragam. Hal ini membuat penilaian menjadi bias. Berdasarkan kondisi tersebut, analisis emosi berbasis aspek diperlukan karena setiap kalimat dapat mengandung banyak emosi. Analisis tingkat sentimen dapat memberikan penilaian ringkasan terhadap keseluruhan dokumen. Masalah ini dapat diselesaikan dengan menggunakan pembelajaran mesin karena terbukti mampu menyelesaikan 70-80% lebih akurat dibandingkan manusia yang hanya 69% (Pratiwi, 2018).

Analisis sentimen merupakan suatu bidang disiplin ilmu, suatu bidang metode penyelesaian masalah dengan menggunakan analisis dari berbagai sudut pandang ilmu-ilmu terkait secara tepat atau terpadu. Analisis emosi meliputi pemrosesan bahasa alami, analisis teks, dan linguistik komputasi

untuk mengidentifikasi emosi dalam dokumen (Vinodhini & Chandrasekaran, 2016). Teknik klasifikasi umum yang digunakan untuk analisis sentimen ulasan mencakup *Naive Bayes, Support Vector Machine (SVM), dan K-Nearest Neighbor (KNN)*. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk melakukan pemeringkatan sentimen pada review yang tersedia secara online, antara lain Text Mining, untuk analisis sentimen pada review film menggunakan algoritma k-means, untuk menganalisis Sentimen pada review konsumen menggunakan metode Naive Bayes dengan pemilihan fitur chi-squared untuk rekomendasi. untuk tempat makan tradisional.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mengimplementasikan algoritma *Naive Bayes* menggunakan *RapidMiner* untuk melakukan analisis sentimen produk *Wardah Sun Care Sunscreen Gel SPF 30* pada website *femaledaily.com*?
2. Bagaimana akurasi yang dihasilkan *Naive Bayes* berbasis *Particle Swarm Optimization?*

1.3. Batasan Masalah

1) Pembahasan masalah pada penelitian ini yaitu pemilihan seleksi fitur untuk mendapatkan nilai akurasi *Naive Bayes* menggunakan fitur *Particle Swarm Optimization* untuk analisis sentimen *review* produk Wardah di *website femaledaily.com* dengan mengambil produk *Wardah Sun Care Sunscreen Gel SPF 30.*

2) Pengambilan data dengan cara *scraping* pada web *femaledaily.com* menggunakan aplikasi *Octoparse*

3) Data sentimen diklasifikasikan ke dalam dua kelas yaitu positif dan negatif

4) Pengolahan data dijalankan menggunakan aplikasi *RapidMiner*

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis tentang ulasan dari masyarakat mengenai brand Wardah, melalui analisis sentimen lalu di klasifikasikan menjadi dua kelas, yaitu positif dan negatif dan di proses pada aplikasi *Rapidminer.*
2. Untuk mengetahui akurasi yang akan dihasilkan Naive Bayes berbasis Particle Swarm Optimization.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui rating ulasan dari masyarakat terhadap produk *Wardah Sun Care Sunscreen Gel SPF 30.*
2. Mengetahui website yang menyediakan berbagai macam informasi mengenai kosmetik, perawatan kulit bahkan alat kecantikan dari berbagai brand yaitu *femaledaily.com.*
3. Mengetahui performa Algoritma *Naive Bayes* berbasis *Particle Swarm Optimization* untuk permasalahan opini masyarakat terhadap produk *Wardah Sun Care Sunscreen Gel SPF 30.*

UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA SUNAN GIRI
UNUGIRI