

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terletak pada garis khatulistiwa dan beriklim tropis yang memungkinkan terkena dampak sinar matahari dengan intensitas tinggi. Paparan sinar matahari dapat mempengaruhi dan merusak kulit dikarenakan radiasi sinar *ultraviolet (UV)* [1], [2]. Kesadaran akan pentingnya perlindungan kulit semakin meningkat sehingga mendorong berbagai brand menawarkan produk dengan formulasi dan keunggulan masing – masing. Brand lokal dari Azarine berhasil mencapai kepopulerannya dengan mempromosikan produk *sunscreen*. Beriringan dengan persaingan dan popularitas produk dari berbagai brand terkadang muncul isu *overclaim* termasuk *sunscreen* dari Azarine [3]. Isu tersebut menimbulkan keraguan mengenai keselarasan klaim produk dengan pengalaman nyata konsumen.

Produk *sunscreen* memiliki kualitas dan kuantitas berbeda, sehingga konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang sesuai [4]. Perbincangan mengenai isu yang beredar membuat konsumen harus memvalidasi informasi melalui platform digital. *Website Female Daily*, salah satu platform untuk berbagi pengalaman nyata terkait kelebihan dan kelemahan produk. Ulasan tersebut dapat menjadi sumber informasi sebagai rekomendasi konsumen lain dan evaluasi produk. Namun, jumlah dan macam ulasan yang tersebar membuat analisis menjadi sulit dan memakan waktu lama. Maka dari itu, diperlukannya metode analisis sentimen yang efektif, efisien, akurat dan mudah untuk memahami seluruh opini publik.

Analisis sentimen adalah proses mengumpulkan data opini dan mengolah data tekstual untuk mendapatkan hasil informasi berupa sentimen positif, netral atau negatif [5], [6]. Penelitian sebelumnya telah melakukan berbagai sentimen publik menggunakan metode yang berbeda. Penelitian A. R. Isnain dkk menganalisis perbandingan Algoritma *LSTM (Long Short Term Memory)* dan *Naïve Bayes* terhadap analisis sentimen Kebijakan *New Normal*, bahwa metode *LSTM (Long*

Short Term Memory) memiliki hasil kinerja yang lebih baik [7]. Selain itu, penelitian A. Romadhony membuktikan deep learning (BiLSTM dan LSTM) bekerja lebih baik dalam menganalisis dataset yang besar [8]. LSTM merupakan pengembangan dari *RNN (Reccurent Neural Network)* yang memiliki akurasi yang baik untuk data teks dan dapat mengingat serta memproses data yang relatif panjang dalam jangka waktu lama [5], [9]. Hal itu menunjukkan metode LSTM dapat digunakan dalam penelitian analisis sentimen ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti akan melakukan analisis sentimen mengenai ulasan produk sunscreen Azarine menggunakan metode *Long Short Term Memory (LSTM)*. Data yang dikumpulkan berasal dari ulasan pengguna yang membahas atau memberikan tinjauan terkait produk sunscreen Azarine. Analisis memanfaatkan metode *Long Short Term Memory (LSTM)* untuk mengklasifikasi ulasan menjadi positif, netral dan negatif. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan model analisis sentimen yang efektif dengan performa kinerja optimal. Selain itu dapat memberikan informasi bagi konsumen terkait validasi dan persepsi terhadap produk sebagai rekomendasi serta evaluasi bagi Azarine dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk *sunscreen*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti tentang bagaimana hasil analisis dan performa kinerja *Long Short Term Memory (LSTM)* dalam menganalisis sentimen terhadap ulasan produk *sunscreen* Azarine?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang terkait dalam proses penelitian ini yaitu :

1. Data yang digunakan berupa teks berbahasa Indonesia.
2. Data yang berasal dari web *Female Daily* tentang sunscreen Azarine.
3. Data yang diambil dalam lingkup waktu 2021 – 2025.
4. Metode *Long Short Term Memory (LSTM)* untuk analisis data.

5. *Word Embedding* yang digunakan adalah *GloVe*.
6. Hasil analisis sentimen hanya mencakup kelas positif, netral dan negatif

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui hasil analisis dan performa kinerja *Long Short Term Memory (LSTM)* dalam menganalisis sentimen terhadap ulasan produk *sunscreen* Azarine.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

1. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan informasi, pengetahuan dan wawasan mengenai pengembangan analisis sentimen ulasan produk *sunscreen* menggunakan metode *Long Short Term Memory (LSTM)*.
2. Hasil penelitian bisa menjadi referensi studi kasus penggunaan metode *Long Short Term Memory (LSTM)* untuk analisis sentimen data teks dan sebagai perbandingan permasalahan yang serupa untuk bahan evaluasi penelitian selanjtnya.

Manfaat Praktis

1. Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk perusahaan dalam peningkatan kualitas dan kuantitas produk *sunscreen* Azarine berdasarkan pengalaman konsumen.
2. Memberikan informasi tentang produk *sunscreen* Azarine yang lebih jelas dan menyeluruh untuk konsumen sebelum membuat keputusan pembelian.

1.6 Sistematika Penulisan

Penyajian laporan penelitian ini disusun dalam sistematika penulisan agar mudah dipahami dan tertata rapi, berikut struktur penulisan :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi study literatur dan dasar-dasar teori yang digunakan sebagai acuan atau landasan yang berkaitan dalam proses penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi objek penelitian, alur penelitian, serta alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi penjabaran pembahasan dan hasil dari tahapan penelitian mengenai analisis sentimen yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran dari keseluruhan penelitian yang telah dirangkum peneliti selama proses penelitian.