

ANALISIS SENTIMEN PADA FORUM *REVIEW* FEMALE DAILY TERHADAP PRODUK SKINTIFIC MENGGUNAKAN METODE KLASIFIKASI NAIVE BAYES

Aqila Zahara Putri

ABSTRAK

Kini media sosial telah menjadi sarana yang paling diandalkan dalam memperoleh suatu informasi dan berinteraksi dengan sifat komunikasi dua arah. Dalam konteks industri kecantikan, media sosial menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam menyebarkan informasi mengenai produk-produknya. Peningkatan pesat popularitas *brand* Skintific merupakan salah satu dampak positif media sosial terhadap industri kecantikan. Skintific 5x Ceramide Barrier Repair Moisture Gel Moisturizer merupakan produknya yang menjadi sorotan masyarakat karena memiliki formulasi yang berfokus dalam meningkatkan fungsi *skin barrier*. Meskipun demikian, terdapat pengguna yang melaporkan tidak cocok bahkan mengalami reaksi kulit yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, sebelum memutuskan menggunakan suatu produk, masyarakat melakukan berbagai riset, seperti membaca *review* produk. Namun, banyaknya *review* membuat masyarakat membutuhkan waktu lebih untuk memutuskan membeli suatu produk. Sehingga pada penelitian ini dilakukan analisis sentimen pengguna forum *review* Female Daily terhadap produk Skintific 5x Ceramide Barrier Repair Moisture Gel Moisturizer, menggunakan metode klasifikasi Multinomial Naive Bayes. Hasil evaluasi Confusion Matrix menunjukkan model memiliki tingkat akurasi yang baik, dengan nilai *accuracy* sebesar 87,74%, *precision* sebesar 96,25%, *recall* sebesar 89,86%, dan *F1 score* sebesar 0,9295. Hasil penelitian ini juga dianalisis dengan pembuatan visualisasi pada Tableau Public.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, Female Daily, Skintific, Naive Bayes, TF-IDF, Tableau

**SENTIMENT ANALYSIS ON FEMALE DAILY REVIEW
FORUM TOWARDS SKINTIFIC PRODUCTS USING
NAIVE BAYES CLASSIFICATION METHOD**

Aqila Zahara Putri

ABSTRACT

Nowadays, social media has become the most relied-upon means of obtaining information and engaging in two-way communication. In the context of the beauty industry, social media serves as a highly influential platform for disseminating information about its products. The rapid increase in the popularity of the Skintific brand is one of the positive impacts of social media on the beauty industry. Skintific's 5x Ceramide Barrier Repair Moisture Gel Moisturizer has garnered public attention due to its formulation focused on enhancing skin barrier function. However, some users have reported dissatisfaction or even adverse skin reactions. Therefore, before deciding to use a product, consumers conduct various research, such as reading product reviews. However, the abundance of reviews makes it time-consuming for consumers to decide on a purchase. Hence, this research conducts sentiment analysis of Female Daily forum users towards Skintific 5x Ceramide Barrier Repair Moisture Gel Moisturizer, using the Multinomial Naive Bayes classification method. Confusion Matrix evaluation results show the model has good accuracy, with an accuracy value of 87.74%, precision of 96.25%, recall of 89.86%, and F1 score of 0.9295. The research findings are also analyzed through visualization on Tableau Public.

Keywords: *Sentiment Analysis, Female Daily, Skintific, Naive Bayes, TF-IDF, Tableau*