

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam beberapa tahun terakhir, Korea Selatan menjadi topik perbincangan diseluruh dunia termasuk Indonesia melalui fenomena *Korean wave*. Fenomena *Korean wave* menjadi tren di beberapa negara dengan terus melebarkan budaya melalui drama, film, musik, makanan, festival budaya, elektronik, *fashion*, hingga produk kecantikan seperti *skincare* dan *makeup* yang menghiasi kehidupan komunitas seluruh dunia (Valenciana et al., 2022). Hal ini membawa pengaruh besar di Indonesia terutama bagi para penggemar yang didominasi oleh remaja wanita yang berusia 15-25 tahun (Purbasari et al., 2024). Mengikuti perkembangan tersebut, tren kecantikan Korea Selatan (*K-beauty*) menjadi populer yang menyajikan tampilan kulit mulus dan sehat orang Korea Selatan sehingga mempengaruhi peningkatan minat konsumen dalam menggunakan produk *skincare* Korea Selatan.

Melansir dari statista.com, melalui survei yang dilakukan pada tahun 2023, di antara konsumen Indonesia yang pernah merasakan konten budaya Korea Selatan, hampir 62% responden menyatakan bahwa kecantikan Korea sangat populer di negara mereka, yang mengindikasikan adanya peningkatan popularitas dibandingkan tahun sebelumnya. Populernya tren *K-beauty* di Indonesia, meningkatkan kesadaran serta kebutuhan masyarakat terhadap perawatan kulit wajah (Joel et al., 2022). Hal ini juga mendorong perkembangan industri kecantikan, baik lokal maupun internasional dalam memenuhi kebutuhan konsumen terhadap produk-produk perawatan kulit wajah atau *skincare*.

Skincare merupakan kosmetik kecantikan yang dapat digunakan untuk merawat serta menjaga kesehatan kulit tubuh (Prasindhi et al., 2022). Tingginya minat masyarakat dalam melakukan perawatan kulit wajah, membuat banyak *brand skincare* dari luar negeri yang menarik minat masyarakat salah satunya *brand Skincare* Korea Selatan. Indonesia menjadi pengguna *skincare* Korea Selatan dengan responden sebesar 46% dilansir dari katadata.co.id. Beragam jenis produk *skincare* tersebut memiliki kandungan dengan fungsi yang berbeda-beda salah

satunya anti penuaan dini (*anti aging*).

Snail mucin atau lendir siput menjadi salah satu kandungan yang digunakan pada produk kecantikan untuk melembabkan dan mencegah penuaan dini. (Nguyen et al., 2020). *Snail mucin* menjadi tren global dalam industri kecantikan yang berfungsi untuk hidrasi, anti-inflamasi dan regenerasi kulit yang dituangkan dalam produk anti aging dengan nilai industri global produk *snail mucin* diperkirakan mencapai 1,2 miliar dolar AS pada tahun 2021, dan akan tumbuh menjadi 2,1 miliar dolar AS pada tahun 2031 (Singh et al., 2024). Korea Selatan mampu menjadi salah satu pionir dalam popularitas *snail mucin* dalam industri kecantikan, sehingga tren produk ini terus berkembang di berbagai negara, termasuk Indonesia. Kandungan *snail mucin* yang tidak hanya populer secara global, namun juga mencerminkan kompleksitas pengalaman pengguna dengan berbagai tanggapan yang memperlihatkan sisi manfaat maupun keluhan.

Semakin populernya *snail mucin* di berbagai negara, konsumen semakin aktif membagikan pengalaman mereka dalam menggunakan produk ini. Beberapa pengguna memberikan komentar terkait harga produk yang cukup mahal untuk beberapa merk serta efek samping yang dialami dari penggunaan produk untuk beberapa pengguna. Selain itu, terdapat pengguna yang memberikan komentar mengenai sisi positif kandungan tersebut dengan hasil kondisi wajah yang lebih lembab dengan garis kerutan yang berkurang dalam pemakaian secara rutin.

Perkembangan media sosial menjadi salah satu faktor perkembangan produk *skincare* dengan banyaknya pemasaran produk dan ulasan yang menyertainya. Ulasan pengguna produk *skincare* pada platform media sosial atau e-commerce menjadi sumber penting yang dapat memengaruhi keputusan pembelian produk. Salah satu web khusus yang mengulas produk kecantikan dan perawatan kulit yaitu Female Daily. Beragam ulasan yang tersedia pada platform Female Daily, namun calon konsumen masih sering mengalami kesulitan dalam memahami persepsi umum terhadap suatu produk secara menyeluruh. Hal ini disebabkan oleh tingginya volume ulasan yang beragam, baik dari segi konten maupun penilaian, serta adanya ketidaksesuaian antara bintang yang diberikan dan isi ulasan pada produk tersebut.

Meningkatnya tren perawatan kulit berbasis *snail mucin*, serta pro dan

kontra ulasan yang ramai di berbagai media sosial mengenai *skincare* Korea Selatan di Indonesia, menjadikan analisis sentimen sebagai salah satu langkah penelitian dalam memberikan perbandingan ulasan positif dan negatif terkait jenis produk tersebut. Selain itu, analisis sentimen diperlukan untuk mengolah dan menyederhanakan data ulasan pengguna, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai pengalaman konsumen terhadap produk *anti aging*. Penting untuk mengetahui apakah klaim manfaat produk sesuai dengan pengalaman pengguna berdasarkan ulasan mereka di platform *online*.

Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada efek biologis dan manfaat *snail mucin* dari sudut pandang ilmiah, tetapi belum terdapat penelitian untuk mengeksplorasi bagaimana konsumen menilai efektivitasnya dalam penggunaan sehari-hari berdasarkan ulasan di platform *online*. Pada penelitian ini akan dilakukan analisis mengenai beberapa produk *skincare* Korea Selatan yang mengandung *snail mucin* yang tersedia Indonesia pada platform Female Daily. Penelitian ini berfokus pada ulasan positif dan negatif terkait ulasan produk *skincare snail mucin* menggunakan Metode *K-Nearest Neighbor*.

Metode K-NN digunakan karena merupakan salah satu algoritma klasifikasi *supervised learning* yang digunakan untuk mengklasifikasikan ulasan berdasarkan data *training* dan data *testing* yang jaraknya paling dekat (Dwiki et al., 2021). Konsep dasar dari K-NN adalah mencari jarak terdekat antara data yang akan dievaluasi dengan K tetangga terdekatnya dalam data pelatihan (Supriyanto et al., 2023). Metode *K-Nearest Neighbor* dipilih karena kemampuannya dalam mengklasifikasikan teks berdasarkan kemiripan fitur, terutama ketika diterapkan pada data ulasan yang bersifat subjektif seperti ulasan produk *skincare*. Pemilihan metode *K-Nearest Neighbor* didukung dengan penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh (Ginantra et al., 2022) mengenai analisis sentimen ulasan villa di Ubud menggunakan metode NBC, Decision Tree dan K-NN pada Google Maps. Hasil analisa menunjukkan bahwa metode K-NN lebih unggul dalam menganalisis sentimen dengan akurasi 91,26%, *precision* 92,97%, *recall* 91,26% dan overall performance 91,83%.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu et al., 2022) terkait analisis sentimen dalam review sunscreen menggunakan algoritma *K-Nearest Neighbor*

berbasis Particle Swarm Optimzation, mendapatkan hasil akurasi 91,89% menggunakan KNN, serta 92,80% menggunakan KNN dengan PSO. Penelitian yang dilakukan oleh (Fritama et al., 2023) mengenai analisis sentimen review produk acne spot pada platform Female Daily menghasilkan nilai tertinggi pada $k=9$ dengan akurasi 97%, *precision* 97% dan *recall* 100 %. Melalui beberapa penelitian sebelumnya, KNN berhasil menunjukkan kemampuan dalam analisis klasifikasi sentimen dilihat dari hasil akurasi yang didapatkan. KNN tidak hanya efektif dalam klasifikasi umum, tetapi juga dapat diandalkan dalam melakukan analisis sentimen karena kemampuannya dalam mengelompokkan data teks berdasarkan kemiripan fitur dengan akurasi yang kompetitif.

Selain itu, penelitian sebelumnya belum secara spesifik membahas produk *skincare* Korea Selatan jenis *snail mucin* dengan menggunakan data ulasan dari platform Female Daily, yang memiliki struktur ulasan lebih terorganisir dan mendalam dibanding media sosial lainnya. Melalui penelitian ini nantinya dapat mengevaluasi hasil penelitian untuk memberikan wawasan mengenai persepsi masyarakat terhadap produk *skincare* Korea Selatan di Indonesia khususnya jenis *snail mucin*. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memeberikan masukan bagi industri kecantikan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terkait produk *skincare* Korea Selatan di Indonesia. Melalui tujuan ini maka penelitian dapat dilakukan dengan judul **“Analisis Sentimen Ulasan Pengguna Terhadap Produk *Skincare* Korea pada Platform Female Daily Menggunakan *K-Nearest Neighbor*”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Melalui latar belakang yang telah dipaparkan, adapun identifikasi permasalahan yang didapatkan sebagai berikut.

1. Meskipun produk *skincare* Korea Selatan dengan kandungan *snail mucin* semakin populer di Indonesia, belum terdapat analisis sistematis dalam mengolah dan menyederhanakan data ulasan pengguna untuk memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai pengalaman konsumen terhadap produk *anti aging* tersebut.
2. Tingginya volume ulasan produk *skincare* Korea Selatan yang beragam pada platform Female Daily menyebabkan calon konsumen mengalami kesulitan

dalam memahami persepsi umum terhadap suatu produk secara menyeluruh. Terdapat ketidaksesuaian antara bintang yang diberikan dan isi ulasan pada produk *skincare* Korea Selatan, khususnya produk berbahan *snail mucin*, menciptakan kebingungan bagi calon konsumen dalam menilai kualitas produk berdasarkan ulasan yang tersedia.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dijelaskan, maka rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana penerapan algoritma *K-Nearest Neighbor* dalam analisis sentimen pengguna terkait ulasan mengenai produk *Skincare* Korea Selatan?
2. Bagaimana hasil evaluasi analisis sentimen konsumen terhadap produk *skincare* Korea Selatan menggunakan algoritma *K-Nearest Neighbor*?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui prosedur dari analisis sentimen ulasan pengguna terhadap produk *skincare* Korea Selatan jenis *snail mucin* menggunakan model algoritma *K-Nearest Neighbor*.
2. Mengetahui hasil evaluasi analisis sentimen terhadap produk *skincare* menggunakan *K-Nearest Neighbor*.

1.4 RUANG LINGKUP PENELITIAN

Batasan masalah dalam analisis sentimen ulasan pengguna produk *skincare* Korea Selatan menggunakan *K-Nearest Neighbor* sebagai berikut.

1. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data ulasan pengguna berbahasa Indonesia dari beberapa produk *skincare* Korea Selatan jenis *snail mucin* pada platform Female Daily.
2. Penelitian ini berfokus pada data ulasan pengguna produk dengan dalam rentang waktu Januari 2020 sampai maret 2025.
3. Melakukan pengambilan data dari platform Female Daily secara langsung melalui halaman produk *skincare* Korea Selatan yang mengandung *snail mucin*, seperti produk dari merek COSRX, SOME BY MI, dan Benton.
4. Klasifikasi sentimen penelitian menggunakan dua label kelas, positif dan negatif.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Melalui penelitian ini diharapkan mampu memperoleh manfaat sebagai berikut.

1. Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan mampu membantu konsumen dalam memahami persepsi pengguna terdahulu terhadap produk yang diulas terkait kandungan *Snail mucin* pada beberapa produk *skincare* Korea Selatan yang ada di Indonesia. Informasi dapat digunakan dalam pertimbangan keputusan sebelum menggunakan produk yang serupa.

2. Pembaca

Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan serta pengalaman bagi pembaca dalam menerapkan analisis sentimen pada produk *skincare* Korea menggunakan *K-Nearest Neighbor*.

3. Peneliti

Hasil penelitian ini dapat memperdalam pemahaman mengenai algoritma *K-Nearest Neighbor* serta memecahkan masalah dalam analisis sentimen pada text mining. Penelitian ini juga menjadi saran untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa studi.

