

INTISARI

Produk kecantikan adalah produk yang digunakan untuk merawat kesehatan kulit yang berfungsi untuk meningkatkan daya pikat. Salah satu produk kecantikan yang sedang trend yaitu Brand The Originote. Semakin banyaknya berbagai muncul produk skincare, menimbulkan berbagai dampak yang ada. Salah satunya, banyak muncul klaim berlebihan atau overclaim mengenai efektivitas suatu produk skincare. Salah satu produk yang mengandung klaim berlebih yaitu Hyalucera Moisturizer dari Brand The Originote. Maka dari itu, hal ini menimbulkan banyak sekali opini public terhadap produk skincare Hyalucera Moisturizer. Oleh karena itu, diperlukan analisis sentiment untuk mengklasifikasi opini publik ke dalam tiga kategori : positif, negatif dan netral. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas algoritma SVM dalam mengklasifikasi sentimen publik terhadap produk skincare Hyalucera Moisturizer dari Brand The Originote. Data yang diperoleh dari proses scraping yang dibagi menjadi 3 cluster. Mulai dari tahun 2022 sampai 2025, data tersebut selanjutnya diolah melalui beberapa tahapan preprocessing. Hasil klasifikasi menunjukkan pada tahun 2022 memperoleh akurasi sebesar 98,76%. Pada tahun 2023 memperoleh akurasi sebesar 98,14% dan tahun 2024 memperoleh akurasi sebesar 99,26%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa metode SVM memiliki kinerja yang optimal dalam proses klasifikasi.

Kata kunci: *Skincare, SVM, Hyalucera Moisturizer.*

ABSTRACT

Beauty products are products used to care for skin health that function to increase attractiveness. One of the trending beauty products is The Originote Brand. The increasing number of skincare products has various impacts. One of them is the emergence of many excessive claims or overclaims regarding the effectiveness of a skincare product. One of the products that contains excessive claims is Hyalucera Moisturizer from The Originote Brand. Therefore, this has given rise to a lot of public opinion towards the Hyalucera Moisturizer skincare product. Therefore, sentiment analysis is needed to classify public opinion into three categories: positive, negative and neutral. This study aims to evaluate the effectiveness of the SVM algorithm in classifying public sentiment towards the Hyalucera Moisturizer skincare product from The Originote Brand. Data obtained from the scraping process is divided into 3 clusters. Starting from 2022 to 2025, the data is then processed through several preprocessing stages. The classification results show that in 2022 it obtained an accuracy of 98.76%. In 2023, it obtained an accuracy of 98.14% and in 2024 it obtained an accuracy of 99.26%. These results indicate that the SVM method has optimal performance in the classification process.

Keywords: Skincare, SVM, Hyalucera Moisturizer.