

## ABSTRAK

Indonesia merupakan target pasar yang sangat menjanjikan bagi industri kosmetik. Produk kosmetik dari berbagai merek terus bermunculan setiap harinya, baik lokal maupun global. Produk impor saat ini hampir menguasai sebesar 50% pasar kosmetik Indonesia dipimpin oleh Korea Selatan. Penetrasi industri kosmetik kini semakin dipermudah dengan adanya industri hiburan Korea Selatan yang merajalela di Indonesia. Selain memiliki populasi yang besar, Indonesia merupakan salah satu kantong *fanbase Korean Wave* terbesar di dunia. Survei yang dilakukan oleh ZAP Clinic menunjukkan bahwa Laneige menduduki posisi tertinggi dalam merek asal Korea Selatan yang paling sering digunakan oleh perempuan Indonesia. Salah satu produk Laneige dengan penjualan terbaik adalah Laneige Water Sleeping Mask. Produk ini pernah mencatat rekor terjual sebanyak 16 juta produk dan terjual setiap 12 detik. Laneige Water Sleeping Mask juga merupakan produk Laneige yang paling banyak diulas di Female Daily sebanyak 6.228 ulasan.

Ulasan-ulasan di situs Female Daily dapat digunakan sebagai evaluasi dari suatu produk. Data tersebut berjumlah besar dan dapat diambil dengan metode *web scraping* melalui aplikasi tertentu. Penelitian ini menggunakan metode *text mining* untuk mengetahui sentimen dan topik serta kata apa saja yang sering dibicarakan terkait produk Laneige Water Sleeping Mask di Female Daily. *Text mining* yang digunakan adalah *sentiment analysis* dan *topic modeling*.

Dataset yang digunakan adalah sebanyak 4.961 ulasan dengan proporsi 70% sebagai data latih dan 30% sebagai data uji. Hasil penelitian menggambarkan ulasan yang didominasi oleh sentimen positif serta topik dan kata-kata yang mengungkapkan kepuasan konsumen terhadap produk Laneige Water Sleeping Mask. Hasil ini dapat digunakan perusahaan sebagai informasi untuk dapat terus meningkatkan kualitasnya dikemudian hari.

**Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Penambangan Teks, Analisis Sentimen, Pemodelan Topik**