

# BAB I

## PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas latar belakang dilaksanakannya penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### 1.1 Latar Belakang

Aktivitas penggunaan media sosial di dekade terakhir ini tumbuh dengan sangat cepat. Media sosial telah menjadi bagian yang sangat penting bagi komunikasi antar masyarakat di dunia. Bahkan beberapa media sosial seperti Facebook dan Twitter tidak hanya mengubah bagaimana cara berkomunikasi masyarakat dunia tetapi juga telah menjadi sebuah sarana berkomunikasi secara horizontal antara perusahaan dan konsumen secara langsung (Brand24, 2013).

Di Indonesia khususnya di Jakarta merupakan salah satu kota dengan jumlah pengguna media sosial terbanyak di dunia, pada tahun 2013 pengguna akun LinkedIn mencapai 1.387.300 pengguna dan bahkan pengguna aktif Facebook mencapai 11.658.760 pengguna dan menempati peringkat kedua di bawah Bangkok (Media Bistro, 2013). Sejak kuartar pertama pada tahun 2010 sampai kuartar kedua tahun 2015, jumlah pengguna aktif akun Twitter setiap bulannya terus meningkat, di kuartar pertama pada tahun 2010 jumlah pengguna aktif perbulannya mencapai 30 juta pengguna dan pada kuartar kedua pada tahun 2015 telah menembus angka 304 juta pengguna aktif per bulannya (Statista, 2015). Pengguna Twitter di Indonesia menempati peringkat ke 5 dengan jumlah total 29 juta pengguna di tahun 2013, dan kota Jakarta menempati peringkat pertama kota dengan total jumlah *tweet* terbanyak dengan total *tweet* 2,4% dari total 10,6 miliar *tweet* di dunia, mengungguli Tokyo yang hanya 2,3% dan London yang hanya 2% (Social Bakers, 2013).

Hal ini menyebabkan aktivitas *social networking* merupakan bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat modern khususnya masyarakat di Indonesia pada saat ini, media sosial seolah telah menjadi sebuah gambaran langsung dari masyarakat yang menggunakannya dengan selalu berusaha menampilkan profil yang menggambarkan tentang diri mereka melalui deskripsi singkat mereka pada profil, *status updates*, foto, *retweet* dan *favorite*.

Aktivitas pada media sosial ini telah menjadi sebuah kebiasaan yang dapat menggambarkan sikap, karakteristik dan pola pikir dari penggunaannya. Hal ini secara

langsung dapat menggambarkan ciri-ciri kepribadian seseorang (*personality traits*) yang menggunakan media sosial tersebut. Ciri-ciri kepribadian ini dapat diukur dengan lima faktor model (*the big five personality*) yang diusulkan oleh Costa & McCrae pada tahun 1992 yang dapat menggambarkan hubungan antara kepribadian individu dengan berbagai perilaku di sekitarnya (Management Study Guide, 2008). Perilaku seseorang atau pilihan seseorang dapat menggambarkan ciri-ciri dari kepribadian orang tersebut yang sesungguhnya. Contohnya *personality traits* dapat ditemukan dengan perilaku seseorang dalam pemilihan jenis musik (D. Rawlings & V. Ciancarelli, 1997) dan pemilihan teman di lingkungan sekitar mereka (M. Selfhout, W. Burk, S. Branje, J. Denissen, M. Van Aken & W. Meeus, 2010). Dengan melihat *Personality traits* juga dapat memprediksi pekerjaan apa yang cocok dengan orang tersebut (M. Barrick & M. Mount, 1991) bahkan dapat memprediksi kualitas hubungan mereka dalam menjalin hubungan dengan lawan jenis (P. Shaver & K. Brennan, 1992).

*The big five personality* tersebut terdiri dari sifat terbuka (*openness*), sifat berhati-hati (*conscientiousness*), sifat senang bergaul (*extraversion*), sifat menyenangkan (*agreeableness*), dan sifat labil (*neuroticism*).

Selain mengacu kepada teori *The big five personality*, penulis juga mengambil data hasil psikotes dari instansi yang berdomisili di Jakarta yang setiap tahun melakukan psikotes kepada mahasiswa yang tersebar di kota-kota besar di Pulau Jawa, yaitu Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya. Pada hasil psikotes tersebut terdapat *point* yang menunjukkan bagaimana tingkat kematangan emosional (*neuroticism*) dari mahasiswa yang melakukan psikotes tersebut. Sehingga penelitian ini pun menitik beratkan kepada bagaimana kematangan emosional (*neuroticism*) seseorang pada aktivitas penggunaan media sosial Twitter.

Demi menjaga kerahasiaan hasil psikotes, dalam penelitian ini instansi yang melakukan psikotes tersebut selanjutnya akan disebut dengan “x-foundation” dan data mahasiswa yang melakukan psikotes tersebut akan disamarkan.

Pengolahan data teks di setiap *tweet* dalam penelitian ini menggunakan *tool* tambahan yaitu *Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC) tool* dan *MRC Psycholinguistic Database*. *LIWC* menghasilkan statistik 81 fitur yang berbeda dari teks dalam 5 kategori, yaitu Hitungan Standar (menghitung kata, kata lebih dari 6 huruf, jumlah preposisi, dll), Proses Psikologi (emosional, kognitif, sensorik, dan proses sosial), Relativitas (kata yang berhubungan dengan waktu, masa lalu, dan masa depan), Kekhawatiran Pribadi (seperti pekerjaan, keuangan, masalah, kesehatan), dan dimensi lainnya (jumlah dari berbagai jenis tanda baca, seperti

tanda seru dan tanda tanya). *MRC Psycholinguistic Database* merupakan daftar kata yang terdiri lebih dari 150.000 kata linguistik dan psikolinguistik.

Jika *personality traits of neuroticism* dapat dilihat dari aktivitas pengguna di media sosial khususnya di Twitter dimana Indonesia menempati peringkat *tweet* pertama terbanyak di dunia (Social Bakers, 2013) maka akan banyak kegunaan yang didapat. Contohnya saja dapat mengetahui kepribadian dari pengguna secara langsung dan juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam perekrutan pegawai di suatu perusahaan dengan melihat aktivitas akun twitter calon pegawai. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis bermaksud membuat sebuah aplikasi yang dapat memprediksi kepribadian dari pengguna twitter dengan mengacu pada *the big five personality* yang berfokus pada sifat kepribadian *neuroticism* atau tingkat kematangan emosi dan menggunakan proses *data mining* dalam melakukan pengolahan data pada aktivitas pengguna di Twitter.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, ada beberapa permasalahan yang timbul dalam prediksi tingkat emosional dalam penelitian ini.

1. Apa saja atribut yang berpengaruh dalam membuat pohon keputusan dengan tujuan untuk melakukan prediksi emosi.
2. Bagaimana membuat pohon keputusan yang baik untuk melakukan prediksi emosi dengan menggunakan atribut tersebut berdasarkan aktivitas di media sosial Twitter.
3. Bagaimana membangun aplikasi yang sesuai dengan pohon keputusan tersebut dalam upaya melakukan prediksi emosi terhadap aktivitas pengguna sosial media Twitter.

## 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, ditetapkan beberapa batasan masalah, yaitu sebagai berikut.

1. Studi kasus hanya dilakukan pada aktivitas akun pengguna Twitter yang telah melakukan psikotes x-foundation dalam rentang tahun 2013 sampai tahun 2015.
2. Proses prediksi berdasarkan aktivitas pengguna di Twitter yang dibandingkan dengan ciri-ciri tingkatan emosi yang didapat dari hasil psikotes x-foundation.
3. Proses pengolahan data teks menggunakan *LIWC* dan *MRC Psycholinguistic Database*, dan untuk proses pembangunan pohon keputusan menggunakan *Decision Tree C4.5*.

## 1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendapatkan atribut yang berpengaruh dalam membuat pohon keputusan dengan tujuan untuk melakukan prediksi tingkat kematangan emosi.
2. Mendapatkan pohon keputusan yang baik untuk melakukan prediksi tingkat kematangan emosi dengan menggunakan atribut tersebut berdasarkan aktivitas di media sosial Twitter.
3. Menghasilkan aplikasi yang sesuai dengan pohon keputusan tersebut dalam upaya melakukan prediksi tingkat kematangan emosi terhadap aktivitas pengguna sosial media Twitter.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Memberikan aplikasi yang dapat melakukan klasifikasi akun Twitter terhadap tingkat kematangan emosi tertentu.
2. Dapat dijadikan sebagai *tools* pembantu dalam melakukan proses psikotes dalam melakukan prediksi tingkat kematangan emosi seseorang.
3. Dapat dijadikan sebagai *tools* pembantu untuk sebuah perusahaan dalam melakukan perekrutan pegawai baru dalam melihat tingkat kematangan emosi calon pegawai mereka.
4. Dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah penulisan penelitian ini, penulis membuat sistematika penulisan yang terdiri dari:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada bagian ini menjelaskan mengenai teori – teori yang mendukung untuk menyelesaikan permasalahan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bagian ini menjelaskan mengenai metodologi penelitian yang akan dipakai, alat dan bahan apa saja yang akan digunakan serta berisi tentang desain dan jadwal penelitian yang akan dilakukan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi uraian tentang hasil penelitian dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang dilakukan

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan, serta saran dari penulis untuk kegiatan penelitian selanjutnya terkait dengan topik yang sedang dibahas.