

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 *Twitter*

Twitter merupakan situs jejaring sosial *micro-blogging* yang digunakan untuk melakukan suatu komunikasi. Pesan teks yang diketik pada jejaring sosial ini juga terbatas hanya 140 karakter, walaupun demikian jejaring sosial ini cukup efektif untuk mendapatkan maupun memberikan informasi yang tersebar. Sehingga *Twitter* dapat menjadi media arus utama untuk berkomunikasi tentang masalah penting, masalah acak, atau hanya sekedar mengetahui informasi tentang apa yang mereka lakukan setiap saat (Tech-Faq, 2018).

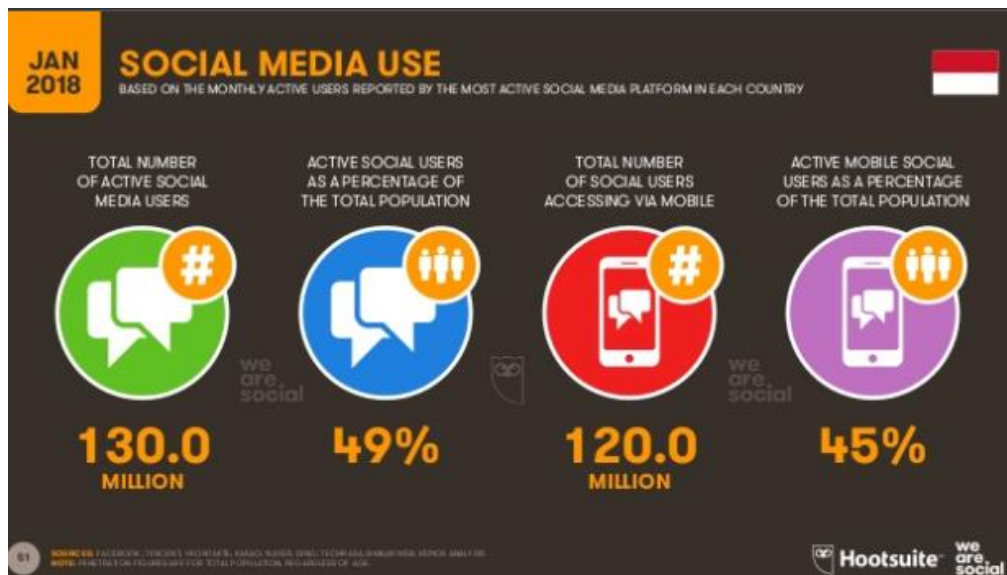


Gambar 1.1 Twitter Logo
Sumber: www.twitter.com

Sementara itu update terbaru mengenai statistik *Twitter* pada pertengahan tahun 2018 menunjukkan perkembangan sebagai berikut, jumlah total pengguna *Twitter* aktif bulanan berjumlah 326 juta orang, jumlah total *tweets* yang dikirim per hari berjumlah 500 juta *post*, jumlah pengguna aktif harian *Twitter* sebanyak 100 juta orang, serta persentase pengguna *Twitter* pada seluler sebanyak 80% (Omnicores, 2018)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Tidak dapat dipungkiri perkembangan teknologi pada era ini semakin menunjukkan peningkatan. Hampir seluruh penduduk di dunia ini akrab dengan teknologi. Pengetahuan mengenai berbagai informasi saat ini juga sangat mudah didapatkan berkat adanya teknologi. Media sosial merupakan salah satu perkembangan teknologi yang sudah akrab bagi masyarakat luas terutama di negara Indonesia. Menurut *We Are Social*, sebuah agensi *marketing* sosial, pada Gambar 1.2 terlihat jelas data jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia pada tahun 2018 ini sudah mencapai 130 juta, dimana hal tersebut berarti menurut laporan yang dibuat *We Are Social* pada Januari 2018, hampir setengah populasi pengguna media sosial atau 49% dari total pengguna media sosial, berperan aktif dalam menggunakan media sosial mereka.



Gambar 1.2 Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber: www.wearesocial.com

Dengan banyaknya pengguna aktif media sosial, maka banyak pula interaksi yang terjadi didalam media sosial tersebut. Interaksi yang terjadi di

media sosial sering kali berkaitan dengan percakapan sehari-hari dengan bertukar informasi antar pengguna, maupun sekedar mengutarakan opini pengguna itu sendiri mengenai suatu hal. Saat ini, data yang terunggah pada media sosial otomatis akan tersimpan pada *database* media sosial tersebut. Data dari media sosial tersebut dapat digunakan dalam industri maupun perusahaan dengan berbagai macam pemanfaatan seperti tahapan seleksi karyawan dan pada proses penempatan posisi pekerjaan karyawan.

Saat ini dalam dunia industri terutama pada bidang *human resource*, perusahaan akan melakukan penggalian sebanyak mungkin data tentang kandidat agar dapat dilihat sedekat apa kualifikasi yang dimiliki oleh kandidat dengan kualifikasi yang dibutuhkan untuk mengisi suatu posisi. Dalam lingkungan industri perusahaan, sebagian besar manajer bisnis tidak akan mempekerjakan karyawan yang tidak berkualifikasi. Tetapi banyak dari mereka yang mempekerjakan pekerja yang kurang memenuhi syarat. Terkadang karyawan menjadi kurang memenuhi syarat karena teknologi yang berkembang atau juga penempatan posisi yang tidak sesuai dengan kualifikasi kandidat yang ada (Benton, 2014).

Sejalan dengan meningkatnya penggunaan media sosial dan kaitannya dengan proses penempatan posisi pekerjaan karyawan yang menggunakan tes psikolog, terdapat teori terkait psikologi praktis atau sering disebut dengan psikologi terapan yaitu dimana psikologi tersebut mempelajari tingkah laku individu terkait untuk pemecahan masalah individu tersebut. Salah satu cabang dari psikologi praktis adalah psikologi perusahaan. Salah satu tujuan teori psikologi perusahaan ini adalah untuk membantu dalam menemukan cara yang tepat untuk memberikan kesesuaian posisi pekerjaan kepada karyawan, hingga menyelesaikan kesulitan yang dihadapi karyawan (Sobur, 2016).

Dalam melakukan tahapan penempatan posisi karyawan yang tepat sesuai dengan karakteristik calon karyawan tersebut, tes psikologi dilakukan untuk mengetahui kesesuaian kepribadian dan karakter calon karyawan dengan posisi pekerjaan yang akan diberikan. Dalam hal ini digunakan teori kepribadian model lima besar atau *Big Five Personality*. Karna teori kepribadian *Big Five*

Personality merupakan salah satu model yang dianggap memiliki ukuran paling baik untuk mengukur kepribadian dalam beberapa tahun terakhir (Golbeck, Robies, & Turner, 2011).

Saat ini di Indonesia belum tersedia alat ukur ontologi berbasis web untuk pengukuran kepribadian manusia dengan Bahasa Indonesia. Pengukuran kepribadian pada penelitian ini menggunakan model ontologi, untuk melakukan klasifikasi teori kepribadian *Big Five Personality*. Ontologi digunakan karna merupakan metode klasifikasi teks yang paling tepat untuk diterapkan pada model pengukuran kepribadian tersebut. Secara umum ontologi dapat diartikan sebagai kumpulan konsep yang memiliki kemampuan untuk menggambarkan kosakata dalam pengetahuan *domain*. Menurut Alamsyah et al. (2018), Ontologi juga bersifat fleksibel, mudah dimodifikasi, dapat dimengerti oleh manusia dan mesin, dan dapat diintegrasikan dengan pembelajaran mesin.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan pemodelan ontologi berdasarkan teori *Big Five Personality Traits* dengan memperkaya kosakata dari model sebelumnya. Metode ini mengklasifikasikan Bahasa untuk mengukur kepribadian manusia berdasarkan aktivitasnya di *Twitter*. Hasil pengukuran dapat membantu departemen sumber daya manusia dalam proses untuk menempatkan posisi pekerjaan karyawan yang sesuai dengan karakteristik kepribadiannya serta kualifikasi yang ada dan membuat alat pengukuran kepribadian berupa *platform* web aplikasi untuk membantu menyempurnakan validasi tes kepribadian yang telah ada dengan lebih efektif dan efisien.

1.3 Perumusan Masalah

. Penempatan “*The Right Man on The Right Place*” sangat penting untuk mendukung efektifitas dan kinerja perusahaan. Penempatan posisi pekerjaan karyawan dengan menggunakan tes psikologi kerap kali dilakukan untuk mengetahui karakteristik kesesuaian posisi penempatan dengan kandidat yang ada. Teori psikologi yang sering digunakan salah satunya dapat disebut dengan

Big Five Personality atau dengan nama lain *Five Factor Model*. Pengukuran kepribadian seseorang saat ini belum menggunakan *tools* yang dapat mengukur secara efektif dan efisien.

Dalam penelitian ini, media sosial digunakan sebagai wadah untuk mendapatkan data yang ingin diteliti. Menggunakan metode *Ontology* untuk mengukur kepribadian seseorang dengan mengembangkan model klasifikasi teks pada data media sosial yang diteliti dengan teori psikologi *Big Five Personality* serta membuat alat ukur berbasis web aplikasi untuk membantu pada proses penilaian kepribadian tersebut dengan melihat perilaku seseorang pada media sosialnya, karna media sosial merupakan wadah yang kerap kali digunakan seseorang untuk mengutarakan segala yang mereka rasakan tanpa paksaan dari pihak lain. Penulis berharap alat pengukuran kepribadian tersebut dapat dipergunakan sebagai pelengkap dari tahapan tes psikologi untuk penilaian kepribadian seseorang yang berkaitan dengan kepentingan manajemen sumber daya manusia khususnya pada tahap penempatan posisi pekerjaan karyawan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah sebelumnya, penelitian ini bertujuan :

1. Bagaimana melakukan pengembangan dengan memperkaya kosakata pada model ontologi pengukuran kepribadian seseorang dalam bahasa Indonesia?
2. Bagaimana menganalisa hasil dari pengukuran pada model ontologi kepribadian untuk penempatan posisi karyawan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pertanyaan penelitian, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pengembangan dengan memperkaya kosakata pada model ontologi pengukuran kepribadian seseorang dalam bahasa Indonesia

2. Mengetahui analisa hasil dari pengukuran pada model ontologi kepribadian untuk penempatan posisi karyawan.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian mengenai menjadi sumber wawasan yang baru dalam bidang manajemen bisnis dan data analitik. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi masukan bagi para akademisi dalam memperluas pengetahuan mengenai metode *Text Classification* menggunakan model Ontologi.

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu melengkapi proses pengukuran kepribadian oleh manajer sumber daya manusia pada tahapan penempatan posisi karyawan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai pengukuran kepribadian pengguna *twitter* yang difokuskan pada *tweets* yang diunggah oleh pengguna *twitter* tersebut. Penelitian ini mengumpulkan data *timeline user twitter* di Indonesia, sehingga klasifikasi teks yang digunakan juga menggunakan Bahasa Indonesia.

1.7.2 Waktu dan Pelaksanaan Penelitian

Waktu pengambilan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah pada 18 November 2018 pukul 18.30 WIB. Data *tweets* yang diambil merupakan data yang sudah diunggah sebelum tanggal 18 November 2018.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dari penelitian ini akan dibagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub-bab. Berikut sistematika penulisan penelitian secara garis besar:

BAB I PENDAHULUAN: Pendahuluan yang berisi tentang gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI: Berisi teori-teori mengenai tinjauan pustaka terkait dengan topik yang dianalisis sebagai landasan dasar penyusunan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN: Metodologi penelitian yang terdiri dari pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan serta menganalisis data yang dapat menjawab juga menjelaskan permasalahan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN: Menguraikan hasil penelitian secara sistematika kemudian dianalisis menggunakan metodologi penelitian yang telah ditetapkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN: Kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah diteliti.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN