

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital, rekrutmen online menjadi pilihan utama perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan mendapatkan kandidat berkualitas di pasar kerja yang kompetitif. Melalui platform digital, perusahaan dapat melakukan identifikasi dan seleksi pelamar secara cepat dan sistematis. PT. Penyedia Tenaga Kerja di Gresik menerapkan proses seleksi meliputi verifikasi berkas, wawancara, tes tertulis dan teknis, serta orientasi dan evaluasi. Keberhasilan rekrutmen diukur dari jumlah pelamar berkualitas, kelengkapan dokumen, kesesuaian domisili dan usia, serta potensi kandidat berkembang di bidangnya. Strategi peningkatan kualitas meliputi pengiklanan rinci, penggalan kemampuan kandidat, dan penyaringan dokumen yang ketat. Efektivitas platform juga dilihat dari pemenuhan kebutuhan tenaga kerja serta penghematan waktu dan biaya. Keberhasilan metode ini bergantung pada kemampuan menyelaraskan seleksi kandidat dengan kebutuhan perusahaan (Ramadhani & Rizqi, 2024).

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, media sosial telah menjadi media yang sangat dominan dalam kehidupan manusia. Media ini memungkinkan pengguna untuk saling berinteraksi, bertukar pesan, serta membagikan informasi berupa teks, gambar, dan video secara instan (Nurmawati et al., n.d.). Peningkatan penggunaan media sosial yang diakses melalui perangkat *mobile*, serta berbagai sumber menunjukkan bahwa Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam penggunaan media sosial. Berdasarkan data Hootsuite 2024, jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia sangat tinggi. Terdapat 212,9 juta pengguna internet dan 167.004.444 pengguna aktif media sosial (Nasywa Kirana & Ardyan, 2024). Maka tak heran, media sosial kini memegang peranan penting dalam memenuhi berbagai kebutuhan manusia, termasuk dalam perekrutan karyawan di dunia kerja.

Platform media sosial dapat membangun profil data besar pengguna dengan melacak semua aktivitas mereka seperti partisipasi, pesan, dan kunjungan situs web. Kini banyak orang yang kerap membagikan postingan melalui platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram (Pahtoni & Jati, n.d.). X menjadi media sosial yang sangat populer dalam waktu singkat, dan data yang dihasilkannya terus meningkat. Berdasarkan data Hootsuite tahun 2019, Indonesia memiliki 6,43 juta pengguna Twitter yang aktif (Hartanto et al., 2019). Keunikannya terletak pada format pesan singkatnya, maksimal 280 karakter, yang membuatnya digemari karena informasinya padat dan *to the point*, memungkinkan penyebaran informasi yang sangat cepat (Utami & Dwi Hartanto, 2020). Twitter adalah salah satu platform sosial media yang dapat digunakan perusahaan untuk melakukan screening calon kandidat. Oleh karena itu, X menjadi objek penelitian yang menarik. X yang dibagikan pengguna dapat dianalisis dan diolah menjadi informasi berharga membuka peluang untuk berbagai keperluan.

Tes kepribadian adalah tes yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh dari karakter dan perilaku seseorang (Utami & Dwi Hartanto, 2020). Cara seseorang berinteraksi dengan orang lain dan lingkungannya dapat dipengaruhi oleh kepribadian, sehingga dalam dunia kerja, kepribadian menjadi salah satu faktor yang mendukung keberhasilan kinerja. Salah satu instrumen untuk mengukur kepribadian adalah *Big Five Personality*, yang diperkenalkan oleh Lewis Goldberg pada tahun 1992. Goldberg mengelompokkan karakteristik sifat individu yang membedakannya dari orang lain menjadi lima kelompok kepribadian, yaitu *Extraversion*, *Agreeableness*, *Conscientiousness*, *Neuroticism*, dan *Openness*. Inventori kepribadian Big Five telah diterapkan dalam penelitian terdahulu untuk mengukur hubungan antara dimensi kepribadian dengan kinerja kerja, komitmen organisasi, keberhasilan dalam kewirausahaan, dan perilaku dari konsumen (Mar'i et al., 2019).

Penelitian terdahulu tentang klasifikasi profil pencari kerja data twitter menggunakan algoritma naïve bayes classifier pernah dilakukan sebelumnya pada tahun 2019. Penelitian yang dilakukan oleh Anggit Dwi Hartanto, Ema Utami, dan Sumarni Adi yakni meneliti klasifikasi profil pencari kerja data twitter

menggunakan algoritma naïve bayes classifier menggunakan teori DISC. Berdasarkan penelitiannya diperoleh hasil menghasilkan akurasi yang kurang baik yaitu sebesar 36,67% dengan membandingkan hasil klasifikasi sistem dengan hasil psikolog.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan klasifikasi kepribadian pengguna Twitter berdasarkan teori *Big Five Personality*, yang mencakup lima dimensi utama yaitu *Openness*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Agreeableness*, dan *Neuroticism*. Untuk mengklasifikasikan data teks dari tweet pengguna ke dalam salah satu kategori tersebut, metode Naive Bayes digunakan sebagai algoritma pembelajaran mesin. Data tweet dikumpulkan dan dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi kata-kata kunci dan pola bahasa yang mencerminkan karakteristik setiap dimensi kepribadian *Big Five*.

Hasil klasifikasi diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai pola kepribadian pengguna Twitter dan interaksi mereka di media sosial. Penelitian ini menguji efektivitas metode Naive Bayes dalam mengklasifikasikan kepribadian berdasarkan teks, yang dapat membantu talent recruiter dalam memilih kandidat yang tepat. Pakar psikologi dilibatkan untuk memastikan akurasi dan pelabelan data. Informasi kepribadian yang diperoleh dapat mempercepat proses seleksi dengan lebih akurat mencocokkan kandidat dengan budaya perusahaan.

Teknik klasifikasi teks Naive Bayes memungkinkan analisis postingan Twitter untuk mengidentifikasi pola kepribadian calon pegawai. Sistem ini membantu perusahaan menyaring kandidat yang sesuai dengan karakter yang diinginkan. Penelitian ini juga bertujuan menghasilkan sebuah website yang akan diuji coba (*user acceptance test*) untuk memastikan efektivitas sistem. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada penggunaan machine learning dalam meningkatkan proses rekrutmen melalui analisis kepribadian dari data media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana penerapan metode Naive Bayes dalam mengklasifikasikan teks postingan Twitter?
- b. Bagaimana metode Naive Bayes dapat digunakan untuk mengklasifikasikan kepribadian individu ke dalam lima dimensi Big Five Personality berdasarkan teks postingan Twitter?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengimplementasikan metode Naive Bayes untuk mengklasifikasikan teks postingan Twitter.
- b. Membangun sistem prediksi kepribadian individu ke dalam lima dimensi Big Five Personality menggunakan metode Naive Bayes berdasarkan teks Twitter.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan metode Naive Bayes untuk klasifikasi teks, khususnya dalam memprediksi kepribadian berdasarkan data media sosial seperti Twitter.
- b. Menyediakan solusi praktis berupa sistem prediksi kepribadian yang dapat membantu perusahaan atau pengguna dalam proses seleksi, pemasaran, atau pengambilan keputusan berbasis analisis kepribadian dari teks postingan Twitter.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa batasan untuk memastikan fokus dan relevansi data yang digunakan. Batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Data yang digunakan dalam penelitian ini hanya berasal dari platform media sosial Twitter.
- b. Data tweet yang diambil hanya mencakup teks dalam Bahasa Indonesia, dan hanya tweet terbaru yang diambil pada tanggal 3 dan 4 Mei 2025 untuk menjaga relevansi data.
- c. Data dikumpulkan sebanyak 500 tweet, dengan 100 tweet per tipe kepribadian untuk mendapatkan representasi yang seimbang dari setiap kategori kepribadian.
- d. Tweet yang digunakan memiliki panjang minimal sekitar 5 sampai 7 kata, mendukung akurasi klasifikasi.
- e. Hasil dari prediksi ini masih bersifat dugaan dan membutuhkan validasi lebih lanjut, seperti analisis psikologi, untuk memastikan kesesuaian dengan karakteristik kepribadian yang sebenarnya.