

PENERAPAN DATA MINING DALAM MENGANALISIS KEPRIBADIAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL DENGAN NAÏVE BAYES CLASSIFIER: STUDI KASUS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Harits Muhammad¹⁾, R. Sudrajat²⁾, Rudi Rosadi³⁾

Email : ¹⁾ harits12001@mail.unpad.ac.id, ²⁾ r.sudrajat@unpad.ac.id, ³⁾ r.rosadi@unpad.ac.id

Program Studi Teknik Informatika, Departemen Ilmu Komputer, FMIPA Universitas Padjadjaran

ABSTRACT

Instagram is a social networking application where users reveal a lot about themselves. These data contribute in big data, so the authors wanted to know what information can be taken on the personality of the user. Data mining plays an important role aiming to transform raw data into a structure that can be understood to be used further. text mining refers to the process of taking high-quality information from text, a classification method that can be used is Naïve Bayes classifier. Based on the theory of five factor model, the results of the study concluded that 11.68% were classified as personality Openness to New Experiences, 5:34% as personality Conscientiousness, 5.5% as personality Extraversion, 8:54% as personality Agreeableness, 4.82% as personality Neuroticism, and 64.12% can not be classified.

Keywords — *Big Data, Data Mining, Five Factor Model, Instagram, Naïve Bayes Classifier*

ABSTRAK

Instagram merupakan aplikasi jejaring sosial dimana para pengguna mengungkapkan banyak tentang diri mereka sendiri. Data-data tersebut berkontribusi dalam *big data*, sehingga penulis ingin mengetahui informasi apa yang dapat diambil tentang kepribadian pengguna. Data *mining* memainkan peran penting yang bertujuan untuk mengubah data mentah menjadi suatu struktur yang dapat dimengerti untuk dapat digunakan lebih lanjut. *text mining* mengacu pada proses mengambil informasi berkualitas tinggi dari teks, salah satu metode klasifikasi yang dapat digunakan adalah *Naïve Bayes Classifier*. Berdasarkan teori *five factor model*, hasil penelitian menyimpulkan bahwa 11.68% diklasifikasikan sebagai kepribadian Openness to New Experiences, 5.34% sebagai kepribadian Conscientiousness, 5.5% sebagai kepribadian Extraversion, 8.54% sebagai kepribadian Agreeableness, 4.82% sebagai kepribadian Neuroticism, dan 64.12% tidak dapat diklasifikasikan.

Kata Kunci: *Big Data, Data Mining, Five Factor Model, Instagram, Naïve Bayes Classifier*