

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia semakin meningkat. Media sosial telah menjadi gaya hidup bagi semua individu di era modern ini. Mulai dari mengunggah kreatifitasnya, keluh kesahnya dan berbagai aktifitas lainnya. Dewasa ini, manajer mulai melihat perilaku calon pegawai dari media sosialnya untuk dijadikan pertimbangan dalam memutuskan rekrutasi pegawai dan menghindari jawaban yang normatif. Namun hal ini masih menjadi sesuatu yang baru, sehingga pada saat bekerja tidak sedikit pegawai yang melenceng dari visi dan misi perusahaan. Maka dari itu sebagai tindakan penanggulangnya diperlukan kesadaran akan *employee engagement*. Penelitian ini mengembangkan model *ontology* dengan menggunakan *Big Five Personality* sebagai dasar konsep dalam mengukur kepribadian manusia.

Melalui penelitian ini akan dilakukan pengembangan terhadap model pengukuran kepribadian menggunakan data tekstual yang ada di media sosial dengan memperkaya *instance* dan membuat aplikasi berbasis web.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui pengambilan data tekstual yang terdapat pada media sosial Twitter. Total keseluruhan data yang dikumpulkan dari 3 akun sampel pengguna twitter sebesar 9602.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui berapa jumlah *instance* yang bertambah untuk dijadikan *corpus*. *Instance* terdiri dari kata-kata yang diklasifikasikan kedalam beberapa kategori yaitu *Neuroticism*, *Extraversion*, *Openness*, *Agreeableness*, dan *Conscientiousness*. Pembuatan aplikasi bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan pengukuran data tekstual menggunakan *corpus* dan hasilnya berupa *spider plot* serta rincian pengukuran berupa presentase dari masing-masing kepribadian.

Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk mengembangkan model *ontology* dengan menggunakan *Big Five Personality* sebagai dasar konsep dalam mengukur kepribadian manusia diperlukan dua tahap utama yaitu memperkaya *instance* dan membuat aplikasi berbasis web. Hasil pengukuran menggunakan aplikasi berbasis web akan digunakan untuk bidang *employee engagement*, dimana setiap kepribadian memiliki motivasi yang berbeda.

Kata kunci : *Big Five Personality, Ontology, Employee Engagement.*