

PENGARUH GAMBAR DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPRIBADIAN PENGGUNA

The Influence of Images on Social Media on User Personality

Chan Uswatun Khasanah

Bisnis Digital, Politeknik Akbara Surakarta

Email: chanuswatunkhasanah@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial adalah platform yang saat ini banyak sekali digunakan untuk saling berinteraksi antar pengguna. Banyak hal yang bisa dilakukan di media sosial, seperti upload gambar maupun video dan mengirim pesan. Berbagai macam media sosial yang saat ini sering kita temui, seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh gambar di media sosial terhadap kepribadian pengguna. Metode penelitian yang digunakan adalah literatur review, yaitu dengan melakukan peninjauan terhadap penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh gambar di media sosial terhadap kepribadian pengguna sehingga kepribadian seseorang dapat diketahui berdasarkan gambar di media sosial (gambar yang diupload, gambar yang disukai, gambar profil).

Kata Kunci: Instagram, gambar, kepribadian.

ABSTRACT

Social media is a platform that is currently widely used to interact with each other. There are many things you can do on social media, such as uploading pictures or videos and sending messages. We often encounter various kinds of social media nowadays, such as Instagram, Twitter and Facebook. The aim of this research is to find out whether there is an influence of images on social media on the user's personality. The research method used is a literature review, namely by reviewing research that has been carried out previously. The research results show that there is an influence of images on social media on the user's personality so that a person's personality can be known based on images on social media (uploaded images, liked images, profile images).

Keywords: Instagram, image, personality.

Pendahuluan

“*Gambar mewakili 1000 kata*”, ungkapan tersebut benar adanya. Bahkan, dengan munculnya media sosial telah merubah peran gambar yang awalnya hanya sebagai objek yang dapat menyampaikan informasi secara visual, namun gambar juga dapat menjadi sesuatu yang *personal*, yang dapat mewakili diri mereka sendiri dan memiliki karakteristik individual, seperti sifat kepribadian.

Penelitian oleh Ivan Cantador (2013) menyebutkan bahwa sifat kepribadian di satu domain memiliki kesamaan di domain yang berbeda. Oleh karena itu, hubungan antara ciri-ciri kepribadian dan perilaku pengguna semakin sering diselidiki, misalnya penelitian kepribadian yang terkait dengan kesehatan (Halko, 2010), pendidikan (Lee, 2017), film (Chen, 2013), musik (Ferwerda, 2017), dan *marketing* (Matz, 2017).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, kepribadian *big five* telah terbukti konsisten untuk diterapkan di berbagai usia, jenis kelamin, bahasa, dan budaya (Schmitt, 2007). Model ini membedakan kepribadian manusia menjadi lima dimensi yang biasa juga disebut dengan OCEAN, yaitu *Openness* (O) untuk mengukur tingkat penyesuaian, *Conscientiousness* (C) untuk mengukur tingkat kehati-hatian, *Extraversion* (E) untuk mengukur tingkat keterbukaan, *Agreeableness* (A) untuk mengukur tingkat keramahan, dan *Neuroticism* (N) untuk mengukur tingkat kecemasan (Alawiyah, 2015). Berdasarkan uraian di atas, penelitian akan berfokus untuk mengetahui apakah ada pengaruh gambar di media sosial dengan kepribadian pengguna.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode literatur review, yaitu melakukan review terhadap penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kami melakukan literatur review terhadap tiga belas penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Adapun penelitian-penelitian tersebut dijabarkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Literatur Review

No.	Judul	Peneliti, Media Publikasi, dan Tahun	Tujuan Penelitian	Kesimpulan
1.	Integrating Vision and Language in Social Networks for Identifying Visual Patterns of Personality Traits	Rodriguez, dkk International Journal of Social Science and Humanity, 2019	Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara gambar dan teks yang menyertainya terhadap kepribadian seseorang	Pola visual berdasarkan gambar Instagram adalah sebagai berikut: a. <i>Extraversion</i> → Gambar orang berpose, tertawa, <i>sharing</i> , gambar sekelompok orang b. <i>Neuroticism</i> → Gambar hitam putih c. <i>Agreeableness</i> → Gambar hewan peliharaan dan orang d. <i>Conscientiousness</i> → Gambar makanan e. <i>Openness</i> → Gambar langit, alam
2.	Cross-Platform and Cross-Interaction Study of User Personality Based on Images on Twitter and Flickr	Samani, dkk Plos One Journal, 2018	Analisis terhadap variasi konten gambar di tiga jenis interaksi (<i>posting</i> , <i>like</i> , dan gambar profil) dan dua platform (Twitter dan Flickr) terhadap prediksi kepribadian	a. Gambar yang <i>diposting</i> lebih prediktif daripada gambar yang disukai dan gambar profil b. Fitur semantik dari CNN dan Imagga adalah tipe fitur terbaik untuk memodelkan konten gambar yang <i>diposting</i> dan disukai c. Flickr memberikan hasil yang lebih baik dalam memprediksi kepribadian daripada Twitter Secara keseluruhan, <i>conscientiousness</i> dan <i>openness</i> adalah kepribadian yang paling dapat diprediksi dari gambar yang <i>diposting</i> secara <i>online</i>
3.	Predicting Users' Personality from Instagram Pictures: Using Visual and/or Content Features?	Ferwerda, dkk Proceedings of the 26th Conference on User Modeling, Adaptation and Personalization, 2018	Prediksi kepribadian dari gambar yang <i>diposting</i> di Instagram dengan fitur visual dan konten	Fitur visual dan konten dapat meningkatkan prediksi terhadap kepribadian. Namun kedua fitur tersebut tidak memberikan nilai tambah ketika digabungkan sehingga kita cukup fokus pada salah satu fitur saja dalam memprediksi kepribadian, cukup visual atau konten saja
4.	Who Likes What and Why? Insights Into Personality Modeling Based on Image Likes	Guntuku, dkk IEEE Transactions on Affective Computing, 2018	Memodelkan ciri-ciri kepribadian berdasarkan model <i>big five</i> terhadap pengguna yang menggunakan koleksi gambar yang mereka tandai sebagai favorit (<i>like</i>) di Flickr	Menggunakan fitur gabungan dapat meningkatkan keakuratan dalam prediksi kepribadian

No.	Judul	Peneliti, Media Publikasi, dan Tahun	Tujuan Penelitian	Kesimpulan
5.	You are What You Post: What the Content of Instagram Pictures Tells About Users' Personality	Ferwerda, dkk 2nd Workshop on Theory-Informed User Modeling for Tailoring and Personalizing Interfaces (HUMANIZE), 2018	Hubungan antara konten gambar Instagram dengan sifat kepribadian pengguna.	Konten gambar Instagram memiliki korelasi terhadap kepribadian, dengan rincian: a. <i>Openness</i> → Instrumen musik b. <i>Conscientiousness</i> → Pakaian, olahraga c. <i>Extraversion</i> → Elektronik d. <i>Agreeableness</i> → Pakaian, e. <i>Neurocism</i> → Pakaian (korelasi negatif), perhiasan
6.	Personality Analysis of the USA Public Using Twitter Profile Pictures	Bhatti, dkk International Conference on Information and Communication Technologies (ICICT), 2017	Analisis gambar profil di Twitter untuk memprediksi kepribadian pada masyarakat Amerika Serikat	Prediksi kepribadian pengguna Twitter di Amerika Serikat berdasarkan analisis pada gambar profil dapat diketahui dengan fitur warna, distribusi gambar, jenis gambar, demografi, presentasi wajah
7.	Social Profiling Through Image Understanding: Personality Inference Using Convolutional Neural Networks	Segalin, dkk Computer Vision and Image Understanding, 2017	Mengetahui ciri-ciri kepribadian seseorang berdasarkan gambar dengan CNN	<i>Convolutional Neural Network</i> dapat memprediksi kepribadian pada aspek gaya (<i>typical of computational aesthetics</i>) dan aspek berbasis konten (<i>typical of object detectors</i>)
8.	Studying Personality Through the Content of Posted and Liked Images on Twitter	Guntuku, dkk Proceedings of the 2017 ACM (Association for Computing Machinery) on Web Science Conference, 2017	Mengetahui kepribadian seseorang (<i>big five personality</i>) berdasarkan gambar yang <i>diposting</i> dan disukai di Twitter	Menggabungkan informasi pada gambar yang <i>diposting</i> dan gambar yang disukai memberikan hasil yang lebih akurat terhadap sifat kepribadian

No.	Judul	Peneliti, Media Publikasi, dan Tahun	Tujuan Penelitian	Kesimpulan
9.	The Pictures We Like are Our Image: Continuous Mapping of Favorite Pictures Into Self-Assessed and Attributed Personality Traits	Segalin, dkk IEEE Transactions on Affective Computing, 2017	Memprediksi kepribadian pengguna Flickr berdasarkan gambar yang disukai (favorit) dengan menggunakan pendekatan APP (<i>Automatic Personality Perception</i>) dan APR (<i>Automatic Personality Recognition</i>)	Pendekatan dengan APP lebih efektif dengan korelasi 0,68 antara sifat aktual dan prediksi
10.	What Your Facebook Profile Picture Reveals About Your Personality	Segalin, dkk Proceedings of the 25th ACM International Conference on Multimedia, 2017	a. Mengekstrak pola visual pada gambar profil Facebook berdasarkan empat fitur yang akan dikorelasikan dengan kepribadian pengguna Facebook b. Membandingkan kinerja pendekatan klasifikasi yang diusulkan dengan kinerja yang diperoleh berdasarkan penilaian manusia pada kepribadian Neuroticism dan Extraversion	a. Kepribadian pengguna dapat dipolakan berdasarkan fitur visual (<i>computational aesthetics, pyramid histogram of visual words, image analysis tool, Convolutional Neural Networks</i>) b. Klasifikasi berbasis komputer jauh lebih akurat daripada klasifikasi yang dilakukan manusia pada kepribadian Neuroticism dan Extraversion
11.	Analyzing Personality Through Social Media Profile Picture Choice	Liu, dkk Proceedings of the Tenth AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM), 2016	Menganalisis hubungan antara fitur yang terdapat pada gambar profil Twitter dengan sifat kepribadian <i>big five</i>	Masing-masing sifat kepribadian memiliki ciri-ciri spesifik terhadap gambar profil yang <i>diposting</i> berdasarkan fitur yang digunakan.
12.	Fusing Social Media Cues: Personality Prediction from Twitter and Instagram	Skowron, dkk Proceedings of the 25th International Conference Companion on World Wide Web, 2016	Menggunakan berbagai macam <i>multimodal personality regressor</i> dengan menggabungkan informasi pengguna SNS Twitter dan Instagram untuk pengenalan kepribadian pengguna	Kombinasi terbaik pada fitur yang digunakan pada Twitter dan Instagram adalah fitur <i>language</i> dan <i>users' meta</i> pada Twitter serta fitur <i>language</i> dan <i>image</i> pada Instagram.

No.	Judul	Peneliti, Media Publikasi, dan Tahun	Tujuan Penelitian	Kesimpulan
13.	Using Instagram Picture Features to Predict Users' Personality	Ferwerda, dkk MMM 2016 Proceedings, Part I, of the 22nd International Conference on MultiMedia Modeling, 2016	Prediksi kepribadian pengguna Instagram berdasarkan fitur-fitur pada gambar	Kepribadian pengguna instagram dapat diprediksi secara akurat dari fitur warna yang dari gambar yang <i>diposting</i> .

Kesimpulan

Berdasarkan literatur review terhadap penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa gambar di media sosial dapat menentukan kepribadian seseorang, baik berdasarkan gambar yang diposting, gambar yang disukai, maupun gambar profil. Oleh karena itu, kita sebagai pengguna agar lebih bijak lagi dalam bersosial media.

Saran

Media sosial saat ini sangat beragam, seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan sebagainya sehingga satu orang dapat memiliki lebih dari satu sosial media. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan analisis pada gambar dari beberapa platform media sosial untuk mengetahui apakah analisis kepribadian dari platform satu dan lainnya sama atau tidak untuk setiap pengguna.

Daftar Pustaka

- Bhatti, S. K.; Muneer, A.; Lali, M. I.; Gull, M.; Din, S. M. U., 2017, Personality Analysis of the USA Public Using Twitter Profile Pictures, International Conference on Information and Communication Technologies (ICICT)
- Cantador, I.; Fernandez-Tobias, I.; Bellogin, A., 2013, Relating Personality Types with User Preferences in Multiple Entertainment Domains, CEUR Workshop Proceedings, Vol. 997
- Chen, L.; Wu, W.; He, L., 2013, How Personality Influences Users' Needs for Recommendation Diversity, CHI'13 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, ACM, New York
- Ferwerda, B.; Tkalcic, M.; Schedl, M., 2017, Personality Traits and Music Genres: What Do People Prefer to Listen To?, Proceedings of the 25th Conference on User Modelling Adaptation and Personalization, ACM, New York

- Ferwerda, B.; Schedl, M.; Tkalcic, M., 2016, Using Instagram Picture Features to Predict Users' Personality, MMM 2016 Proceedings Part I of the 22nd International Conference on MultiMedia Modeling
- Ferwerda, B.; Tkalcic, M., 2018, Predicting Users' Personality from Instagram Pictures: Using Visual and/or Content Features?, Proceedings of the 26th Conference on User Modeling, Adaptation and Personalization
- Ferwerda, B.; Tkalcic, M., 2018, You are What You Post: What the Content of Instagram Pictures Tells About Users' Personality, 2nd Workshop on Theory-Informed User Modeling for Tailoring and Personalizing Interfaces (HUMANIZE)
- Guntuku, S. C.; Lin, W.; Carpenter, J.; Ng, W. K.; Ungar, L. H.; Preotiuc-Pietro, D., 2017, Studying Personality Through the Content of Posted and Liked Images on Twitter, Proceedings of the 2017 ACM (Association for Computing Machinery) on Web Science Conference
- Guntuku, S. C.; Zhou, J. T.; Roy, S., 2018, Who Likes What and Why? Insights Into Personality Modeling Based on Image Likes, IEEE Transactions on Affective Computing, IEEE
- Halko, S.; Kientz, J. A., 2010, Personality & Persuasive Technology: An Exploratory Study on Health-Promoting Mobile Applications, International Conference on Persuasive Technology, Springer
- Lee, M. J.; Ferwerda, B., 2017, Personalizing Online Educational Tools, Proceedings of the 2017 ACM Workshop on Theory-Informed User Modelling for Tailoring and Personalizing Interfaces, ACM, New York
- Matz, S. C.; Kosinski, M.; Nave, G.; Stillwell, D. J., 2017, Psychological Targeting as an Affective Approach to Digital Mass Persuasion, Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS)
- Rodriguez, P.; Gonzalez, J.; Gonfaus, J. M.; Roca, F. X., 2019, Integrating Vision and Language in Social Networks for Identifying Visual Patterns of Personality Traits, International Journal of Social Science and Humanity, Vol. 9 No. 1
- Samani, Z. R.; Guntuku, S. C.; Moghaddam, M. E.; Preotiuc-Pietro, D.; Ungar, L. H., 2018, Plos One Journal
- Schmitt, D. P.; Allik, J.; McCrae, R. R.; Benet-Martinez, V., 2007, The Geographic Distribution of Big Five Personality Traits Patterns and Profiles of Human Self-Description Across 56 Nations, Journal of Cross-Cultural Psychology, Vol. 38 No. 2 Maret, 2007
- Segalin, C.; Celli, F.; Polonio, L.; Kosinski, M.; Stillwell, D.; Sebe, N.; Cristani, M.; Lepri, B., 2017, What Your Facebook Profile Picture Reveals About Your Personality, Proceedings of the 25th ACM International Conference on Multimedia
- Segalin, C.; Cheng, D. S.; Cristani, M., 2017, Social Profiling Through Image Understanding: Personality Inference Using Convolutional Neural Networks, Computer Vision and Image Understanding
- Segalin, C.; Perina, A.; Cristani, M.; Vinciarelli, A., 2017, The Pictures We Like are Our Image: Continuous Mapping of Favorite Pictures Into Self-Assessed and Attributed Personality Traits, IEEE Transactions on Affective Computing, IEEE
- Skowron, M.; Ferwerda, B.; Tkalcic, M.; Schedl, M., 2016, Fusing Social Media Cues: Personality Prediction from Twitter and Instagram, Proceedings of the 25th International Conference Companion on World Wide Web