

PERHUBUNGAN BERKAT MELALUI MEDIA SOSIAL



Dr Nor Zainah Siau [zainah.siau@utb.edu.bn]
Universiti Teknologi Brunei





Isi Kandungan

- Matlamat
- Perhubungan
- Media Sosial
(Apa? Kenapa? Kebaikan & Keburukan)
- Twitter
- Analisa Sentimen
(Apa? Bagaimana? Cabaran?)
- Rumusan



Matlamat

- membentangkan satu kaedah untuk menganalisa dan menyampaikan maklumat dengan cara yang baik dan berkesan , yang boleh memberi manfaat kepada individu dan organisasi.





Perhubungan

- Perhubungan (lisan atau bukan lisan) , secara umum, mengandungi sekurang- kurangnya dua hujung (pengirim dan penerima) untuk bertukar-tukar maklumat, gagasan , pengalaman dan lain-lain.
- Perhubungan berkat, dalam konteks pembentangan ini , adalah dari perspektif IT. Ia merujuk kepada mengekstrakkan maklumat khusus daripada sumber/penjana maklumat untuk mewujudkan hubungan yang baik antara individu dan organisasi.

Lima Megatren IT



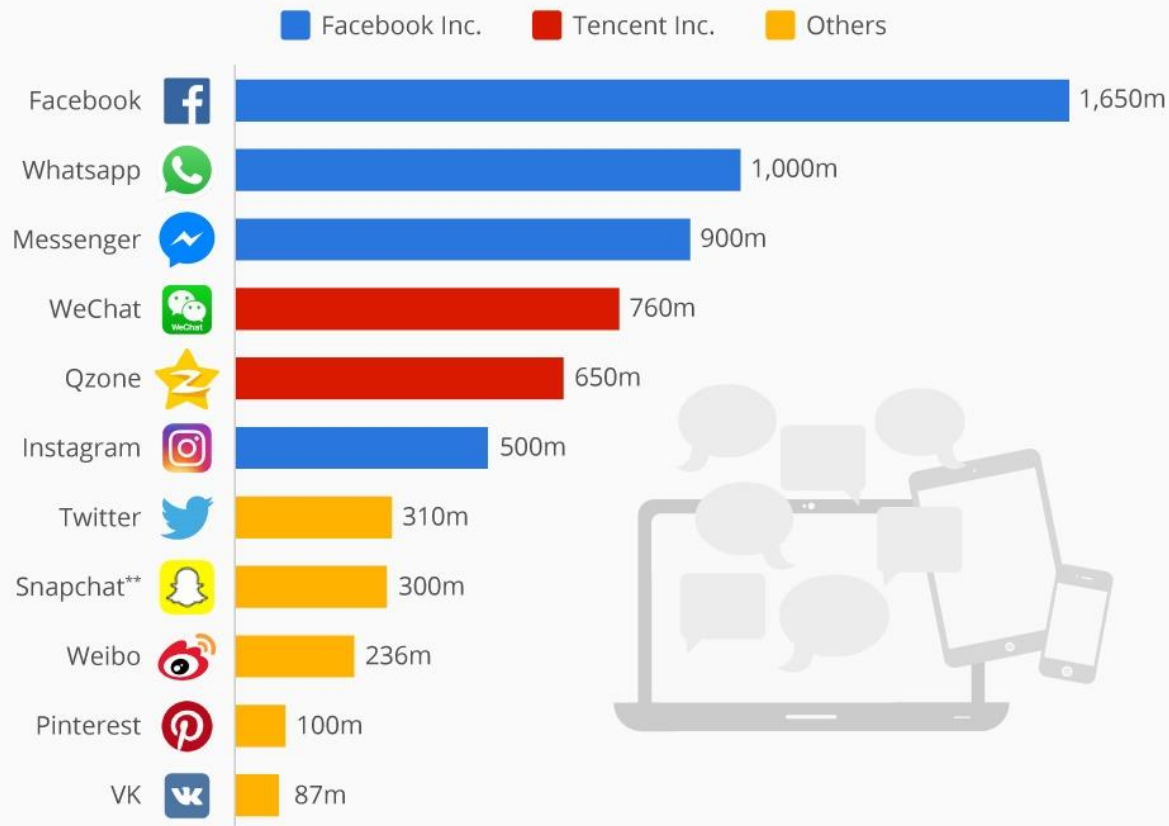
Media Sosial



Media Sosial



Monthly active users of selected social networks and messaging services*



* latest available data (Dec. 2015 - Jun. 2016)
** estimate

Sources: Company Information; Statista Digital Market Outlook



Sumber: <http://www.statista.com/>

Media Sosial

- Media sosial adalah media untuk interaksi sosial dengan menggunakan teknik penerbitan yang mudah diakses dan berskala.
- Media sosial dibina di atas teknologi mudah alih dan teknologi berasaskan web.
- Ia adalah satu platform baru bagi masyarakat meluahkan pemikiran dan perasaan mereka mengenai aspek kehidupan sehari-hari.
- ketersediaan akses Internet yang berkelajuan tinggi telah turut menambah kepopularitian aplikasi interaksi sosial ini.





Kenapa Media Sosial berhasil?

- Manusia secara semula jadi adalah sosial
- Kita suka berkongsi pendapat, perasaan dan gagasan dengan orang lain
- Kita cenderung kepada menyukai apa yang kawan-kawan/orang terdekat dengan kita suka
- Dan kita akan mahu berkongsi dengan kawan-kawan yang lain
- interaksi secara ramai adalah sangat mudah dan cuma bergantung pada soal waktu.



Keburukan Media Sosial

- informasi yang berkualiti rendah daripada informasi dari laman sesawang
- Tidak memenuhi keperluan akademik
- Kesan negatif kepada pendidikan seperti pencemaran bahasa.
- Individu dan organisasi tidak mempunyai kawalan ke atas posting mesej masyarakat (seperti tweet yang mengandungi kata-kata cacian atau kutukan).



Kebaikan Media Sosial

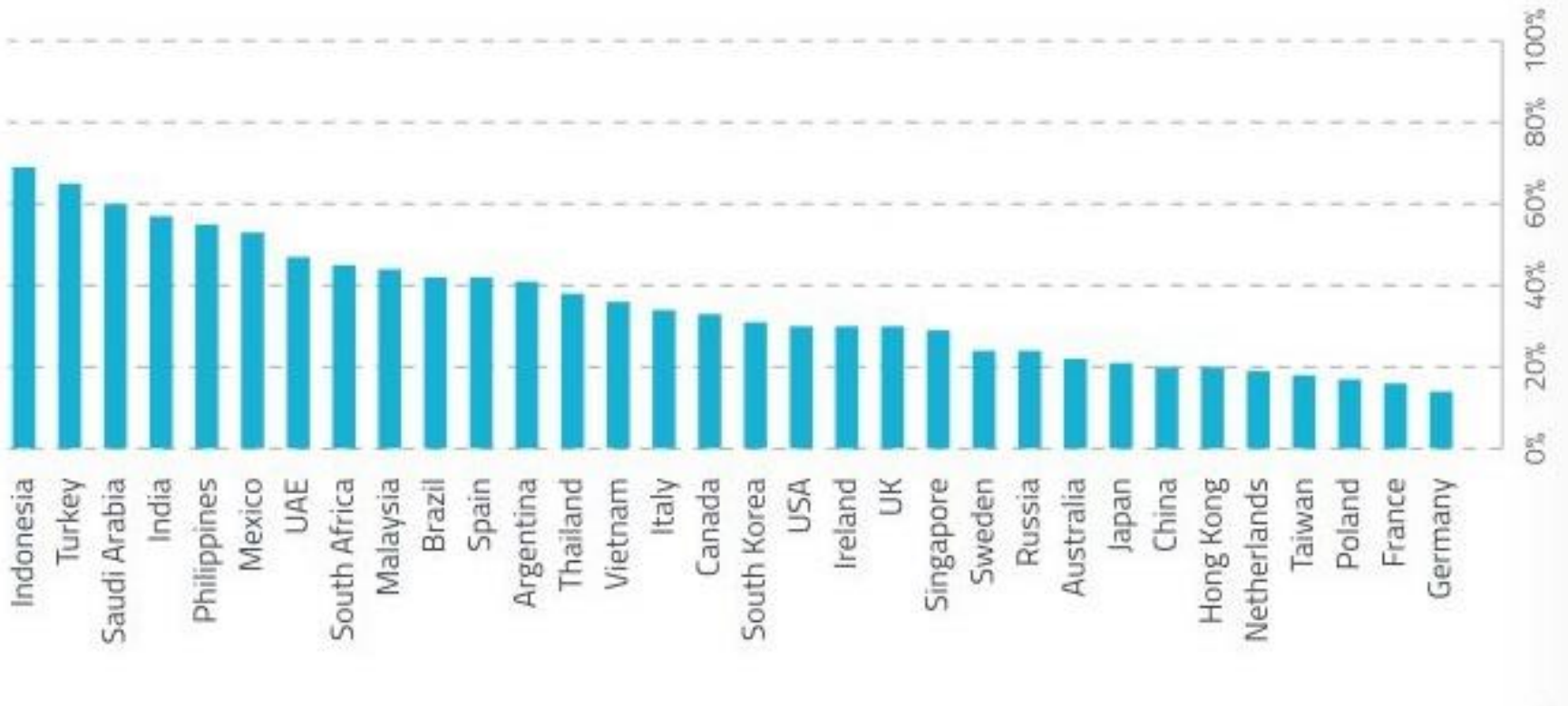
- Masyarakat bebas mengutarakan pendapat masing-masing.
- Perhubungan yang cepat dan mudah.
- Individu dengan mudah boleh mendapatkan pendapat masyarakat mengenai sesuatu produk / perkhidmatan sebelum membelinya
- membolehkan organisasi melakukan aktiviti-aktiviti seperti penyampaian maklumat , promosi dan proses mendapatkan maklum balas daripada pelanggan
- pendapat yang disukai mahupun tidak boleh menyediakan maklumat yang kukuh untuk penganalisan saingan dan penganalisan pemasaran bagi sesebuah organisasi.
- Aplikasi penganalisa sentimen boleh mencari , memberi makna (make sense), memantau, menapis dan mengkategorikan pendapat -pendapat tersebut.

Twitter



- Twitter ialah perkhidmatan microblogging rangkaian sosial, yang diasaskan pada tahun 2006.
- membolehkan pengguna menghantar dan membaca mesej pendek yang dipanggil *tweet*; tweet terhadap kepada 140 huruf.
- tweet ditulis dalam bahasa alami manusia yang biasanya mengandungi kata-kata yang dipendekkan dan loghat (slang)
- >310 juta pengguna aktif setiap bulan dan >500 juta tweet dihantar setiap hari.
- Contoh Tweet:
*@SuzanaHK Laksa at CheeseBox is best!! yummmm :)
My new nike shoes are killing me ☹*

Twitter



Sumber : <http://www.smartinsights.com/>



Analisa Sentimen - Tweet

nama pengguna

Emoticon gembira -
positif

*@SuzanaHK Laksa at CheeseBox is **best!!** yummmm :)*

Perkataan positif

emoji sedih -
negatif

*My new nike shoes are **killing** me ☹️*

Perkataan negatif



Analisa Sentimen

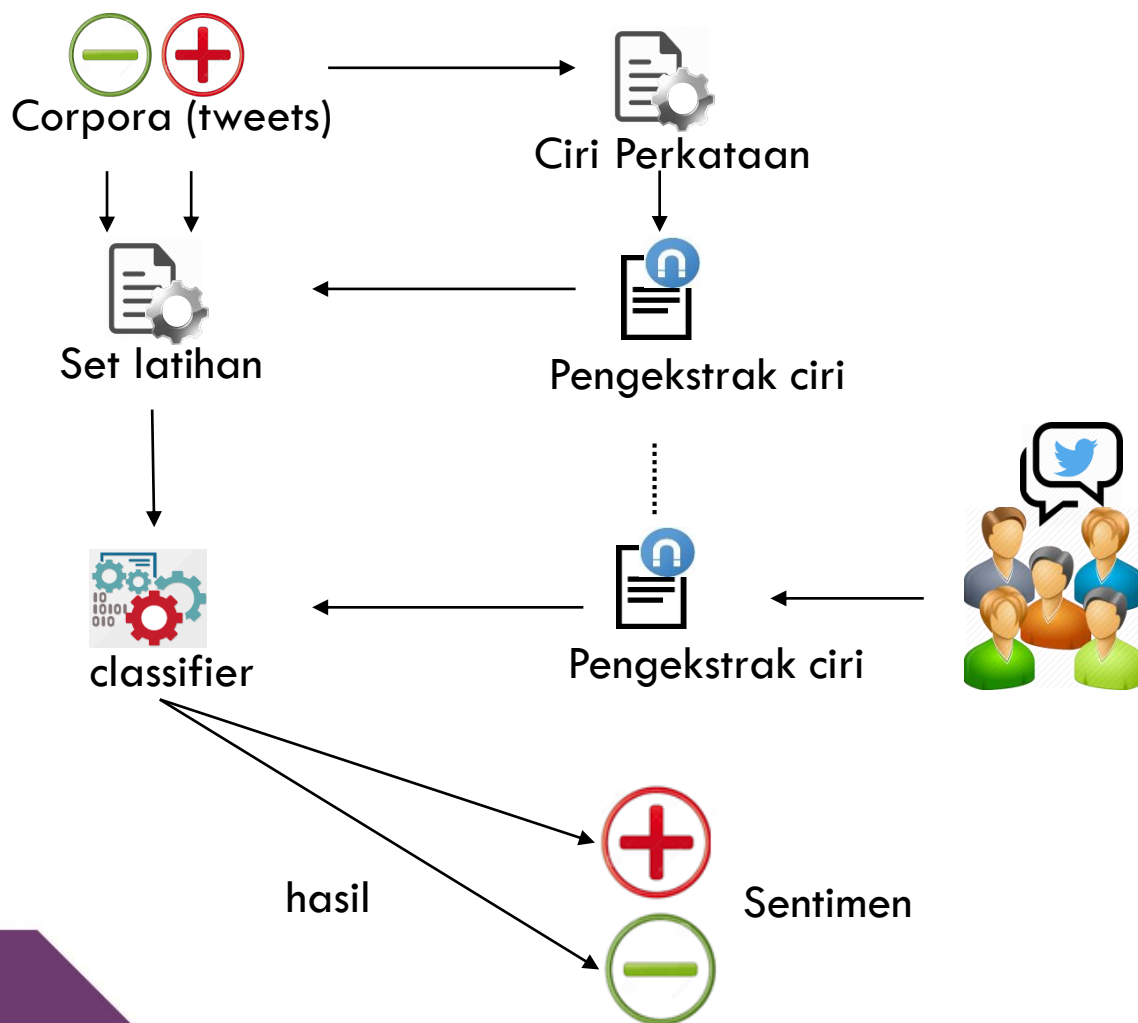
- Juga dikenali dengan nama *Opinion mining*
- Contoh: Katakanlah anda mahu tahu pendapat masyarakat di Twitter mengenai dengan masakan Cina (chinese food) di Brunei.
- Dengan analisa sentimen anda akan dapat jawapannya dalam beberapa saat dari keselesaan tempat duduk anda.
- Menggantikan kaedah tradisional iaitu kajian tinjauan pendapat / suara masyarakat (poll) / diskusi kelompok terpumpun (focus group) /wawancara (interview).



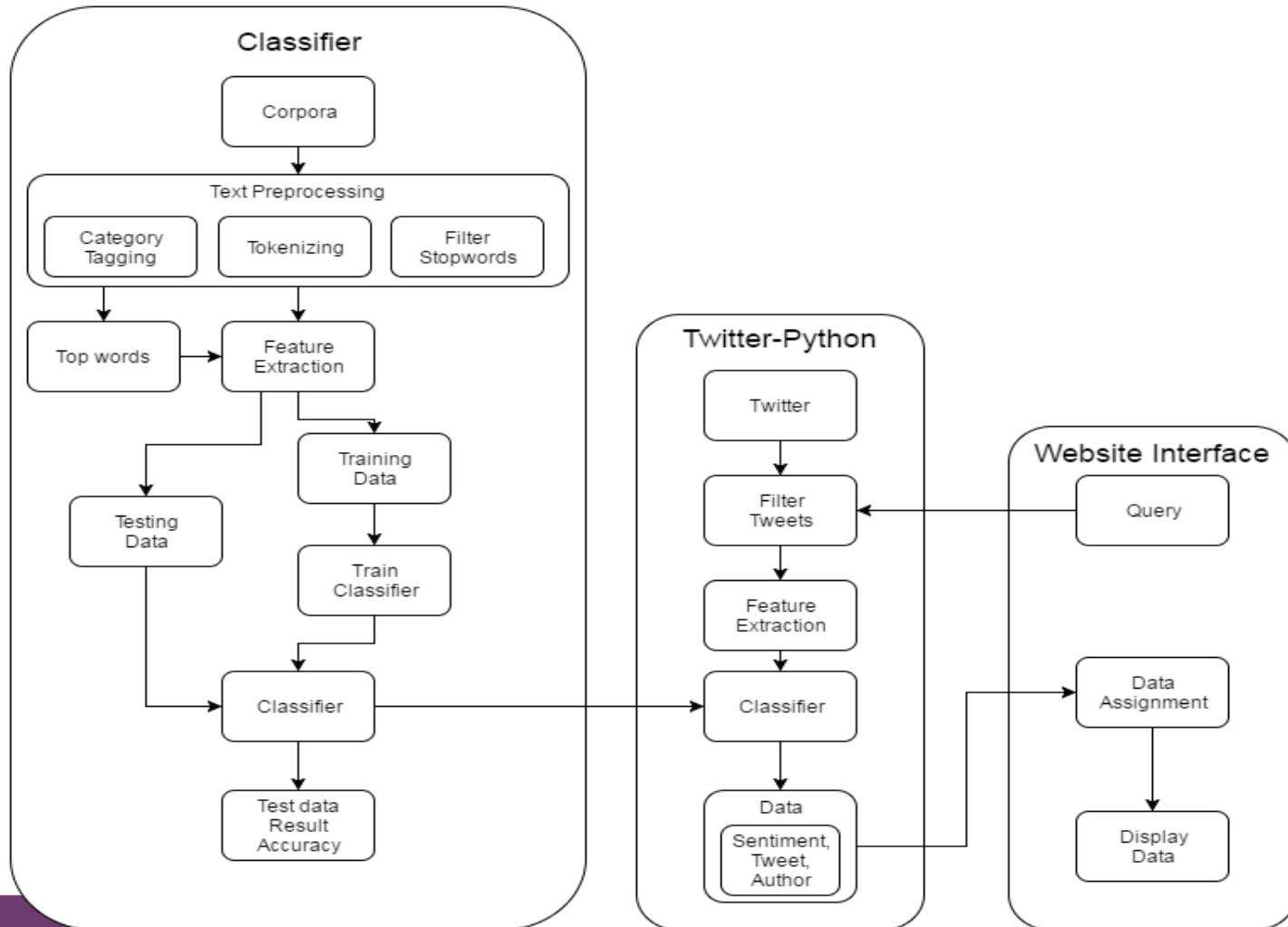
Analisa Sentimen

- Fungsi : mengenal pasti, mengekstrak dan mengklasifikasi pendapat dan emosi yang dinyatakan dalam bahasa alami.
- matlamat: mengklasifikasi sesebuah tweet sebagai tweet yang mempunyai sentimen positif atau negatif, secara automatik.
- Kaedah: Membangunkan Sistem aplikasi; Analisa Sentimen

Gambaran Keseluruhan Analisa Sentimen Twitter



Seni bina(Architecture) Sistem Analisa Sentimen



Cabaran Analisa Sentimen



- Ungkapan manusia adalah kompleks.
- Didalam teks pendapat, kandungan leksikal sahaja boleh mengelirukan.
- Teks mengandungi mod retorik (Rhetorical modes) seperti sindiran, ejekan, implikasi dsb.
- Penggunaan singkatan, slang, kesilapan ejaan dsb menjejaskan hasil analisis.

Ringkasan



Sumber Data

Media Sosial



Analisa Sentimen

Proses yang inovatif:

- Kumpul data
- Proses awal analisa
- Klasifikasi
- Terjemah
- Penyampaian hasil kepada pengguna

Pengklasifikasian Data

Sentimen



Perhubungan Berkat

Hasil daripada:

- Perbandingan produk / perkhidmatan
- Kepuasan / tindak balas pelanggan
- Pembaikan produk / perkhidmatan
- Analisis yang cepat

Kesimpulan

- 'Social Media' tidak terhad kepada komunikasi perasaan dan pendapat mengenai subjek-subjek tertentu,
- Ia memenuhi keperluan komunikasi yang pantas.
- Penyuaran pendapat dan pemikiran boleh dibuat dengan terbuka.
- Mesej (pesanan) boleh di analisa bagi sentimen (positif atau negatif) dengan menggunakan teknik Analisa sentimen.
- Analisa sentimen boleh di gunakan untuk
 - ▣ Menyelidik pendapat awam mengenai sesuatu produk atau perkhidmatan
 - ▣ Menganalisa kepuasan pelanggan

Kesimpulan

- **Manfaat Analisa Sentimen (Sentiment Analysis)**
 - **Bagi Individu**
 - Mengetahui pendapat orang lain mengenai sesuatu produk atau perkhidmatan
 - Membuat perbandingan bagi produk dan perkhidmatan.
 - Pengumpulan maklumat (pendapat) tidak terhad kepada keluarga dan kawan-kawan sahaja.
 - **Organisasi (profit dan non-profit)**
 - Mengetahui pendapat masyarakat dan pelanggan mengenai produk-produk dan perkhidmatan yang disediakan (customers reaction analysis).
 - Mengetahui aspek-aspek pembaikan bagi produk-produk dan perkhidmatan-perkhidmatan (customers satisfaction analysis).
 - Analisa saingan 'competitive analysis' and analisa pemasaran 'marketing analysis'.

Media Sosial



Analisa Sentimen



Perhubungan Berkat

Penutup.....



Wassalamualaikum

وَكَسَّالَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Thank You