

ABSTRAK

Internet telah membantu perkembangan penjualan dan pembelian dengan sistem elektronik yang kita kenal dengan *E-Commerce* yang kini digemari oleh pelanggan karena membuat proses pembelian menjadi lebih mudah. Indonesia adalah negara dengan pertumbuhan *E-Commerce* nomor satu di dunia. Hal ini didukung dengan pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna dan 77% diantaranya memiliki preferensi untuk berbelanja secara daring. Tahun 2020, terjadi peningkatan pembelanjaan secara daring sebesar 400%. Namun, disatu sisi jumlah keluhan pun juga meningkat sebesar 23,11%. Ketika pelanggan merasa tidak puas, media sosial adalah salah satu wadah untuk menyampaikan ketidakpuasan yang dirasakan. Twitter telah menjadi salah media sosial yang sering digunakan oleh pengguna internet di Indonesia.

Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak adalah *E-Commerce* yang sering dikunjungi di Indonesia. Ketiga *E-Commerce* tersebut memiliki akun *Social Customer Relationship Management* di Twitter untuk berinteraksi dengan pelanggannya. Melalui model berbasis *ontology* (*Ontology Based Modelling*) kita dapat mengetahui apa agregasi permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan serta prediksi kepribadian yang dimiliki. Sehingga, penelitian ini mencari permasalahan tertinggi yang dikeluhkan (*Problem Recognition*) dan memprediksi kepribadian dari pelanggan (*Personality Recognition*) melalui unggahan *tweets* keluhan kepada ketiga akun SCRM dengan model berbasis *ontology* yang dapat menjadi informasi bahkan membantu *Social Customer Relationship Management* dalam meningkatkan fungsi operasional dan penanganan pelanggan.

Kata Kunci: *Big Five Personality, E-Commerce, Keluhan Pelanggan, Ontology Based Modelling, Social Customer Relationship Management*