Facebook merupakan sebuah layanan jejaring sosial web yang digunakan oleh para penggunanya untuk berbagi foto, video dan status. Pengguna dapat berkomunikasi dengan teman dan pengguna lain melalui pesan pribadi atau umum dan fitur obrolan. Saat ini, Facebook telah memiliki pengguna mencapai 2 milyar (Statista, 2017) dan menjadi sosial media dengan pengguna yang terbesar di dunia. Setiap hari, lebih dari 800 juta pengguna menghabiskan waktu 40 menit menggunakan sosial media ini (Bachrach et al., 2013). Dengan jumlah pengguna yang begitu besar, dengan banyaknya hal yang dibuat oleh user sendiri atau *User Generated Content* (UGC), menjadi sebuah kesempatan besar untuk melakukan penelitian tentang analisis jaringan sosial terhadap perilaku atau kepribadian dari pengguna (Back et al., 2010).

Penelitian sebelumnya mulai menunjukkan bahwa kepribadian seseorang dapat dilihat melalui profil seseorang yang menggunakan sosial media Facebook. Di dalam sosial media ini, terdapat banyak aspek profil yang dapat dijadikan faktor penentu kepribadian seseorang. Faktor tersebut antara lain jumlah teman atau grup yang dimiliki, *posting* dari user tersebut yang dapat berupa status, gambar atau video, jumlah *likes* atau *tagged* dari user lainnya (Bachrach et al., 2013).