

# Tutorial ICT

Bersama **FIRKHAN**

*sembangict@yahoo.com*



## Facebook bahan berkempen

**P**ADA tahun 2014, satu aplikasi tinjauan dibina oleh Aleksandr Kogan yang berupaya mendapatkan berjuta-juta data profil pengguna Facebook. Seterusnya, sejumlah data profil Facebook yang banyak diberikan kepada Cambridge Analytica iaitu sebuah syarikat yang memprofilkan pengundi.

Dengan data tersebut, Cambridge Analytica telah membina satu profil grafik psiko atau *psychographic* bagi setiap pengundi. Dengan dapatan tersebut, ia dijual kepada pihak-pihak tertentu untuk berkempen dan mendapatkan kemenangan pilihan raya.

Namun begitu, penggunaan media sosial dan data raya ini dalam kempen pilihan raya dikatakan telah bermula secara besar-besaran ketika kempen pilihan raya oleh kumpulan Barack Obama.

Kombinasi pelbagai cara dan pembelian data ini membolehkan sesebuah pihak membuat kempen yang berkesan berdasarkan kepada profil pengundi. Salah satu maklumat penting untuk berkempen adalah identiti yang berpengaruh dalam Facebook. Algoritma akan mengenal pasti individu yang berpengaruh ini dalam kumpulan sosial dan menjadikannya sasaran untuk kempenan atau pengiklanan.

## SASARAN TERBAIK

Kebanyakan data dikumpul untuk disasarkan kepada pengiklanan politik. Data Facebook boleh dikecilkan kepada mengikut kawasan geografi, umur, jantina, kesukaan, kecenderungan dan lain-lain. Kempen akan menggunakan maklumat ini berserta demografik yang spesifik untuk dapatkan sasaran terbaik.

Pengiklanan dengan sasaran tertinggi boleh mengikuti pengguna individu menerusi Internet dengan memindahkan mesej spesifik kempenan.

Dengan mesej spesifik kempenan ini akan menampakkan beliau berada disebelah pihak tertentu. Penggunaan maklumat yang didapati daripada Facebook dan pihak ketiga untuk berkempen berupaya menyasarkan pengguna dengan penggeraan mesej tertentu.

Dalam hal ini, siapa yang harus dipersalahkan?

Sebagai contoh, pihak Cambridge Analytic yang menyelidik data tersebut mengatakan tidak mempunyai data Facebook tetapi membelinya daripada Kogan. Kogan pula menyatakan mendapatkan maklumat tersebut menerusi aplikasi pengujian personaliti untuk tujuan kajian akademik.

Beliau menyatakan ini adalah masalah kebocoran oleh perundangan pengumpulan data Facebook itu sendiri. Pengasas Facebook ini telah menyatakan kemaafan mereka kepada pihak tertentu di atas apa yang telah berlaku.

Biar apa pun, data yang dibina daripada media sosial ini merupakan satu sumber yang tidak ternilai manfaatnya seperti mana emas, petrol dan lain-lain. Perlumbaan untuk mendapatkannya akan berlaku untuk dijual, dibeli dan dicuri malah boleh tercetusnya perbalahan.