

LIKASI BIG DATA LAM POLITIK

SELAIN dapat digunakan dalam bidang perniagaan, perubatan, dan pencegahan jenayah, Big Data dapat dimanfaatkan dalam bidang politik, misalnya bagi menentukan kemenangan atau kekalahan parti yang bertanding dalam pilihan raya. Perkara penting yang harus difikirkan ialah keupayaan untuk membina Big Data kerana hal ini memerlukan perbelanjaan yang besar, di samping memerlukan tenaga yang pakar dan terlatih untuk mengendalikannya.

Perlu diingat, Big Data bukanlah tentang jumlah atau saiz data yang dikumpulkan semata-mata, tetapi memerlukan ketepatan dan kecepatan data itu dapat digunakan untuk sebarang analitik. Kita harus dapat menyoal soalan yang betul dan mengumpulkan data yang betul untuk sebarang usaha bagi menganalisis dan mendapatkan penyelesaian untuk sesuatu isu. Pengumpulan data politik merupakan usaha yang mencabar kerana lambakan data yang banyak yang selalunya dianggap penting sebenarnya tidak mempunyai kepentingan yang kritikal.

Aplikasi Big Data yang penting dalam bidang politik adalah untuk pembentukan strategi dan pelaksanaan kempen pilihan raya. Dalam pembentukan strategi, yang perlu diketahui ialah jumlah pengundi dan bakal pengundi di setiap kawasan parlimen dan dewan undangan; profil pengundi; lokasi mereka (alamat rumah); komposisi

kaum, malah jika boleh, nombor telefon mereka. Yang menarik tentang Big Data ialah kemampuan untuk menyimpan data dan mempamerkannya di skrin dengan pantas berbanding dengan cara konvensional. Hal ini diperlukan untuk memperoleh keputusan yang pantas bagi menyaingi strategi lawan. Apatah lagi dalam bidang politik, tempoh satu hari pun dianggap terlalu lama.

Keputusan pilihan raya yang lepas juga dapat dikaji dengan mudah dan pantas, di samping melakukan simulasi tentang pilihan raya akan datang berdasarkan data terbaru yang dikumpulkan. Simulasi dapat menyerlahkan beberapa strategi yang perlu dilaksanakan untuk memastikan kemenangan. Dari segi pelaksanaan kempen menjelang pilihan raya dan pada hari pengundian, aplikasi Big Data amat penting dan diperlukan. Oleh sebab data tentang lokasi pengundi telah diketahui, mereka yang berada di lapangan berupaya mengawasi pengundi yang belum lagi membuang undi dan dapat menyediakan kenderaan untuk menjemput mereka.

Biasanya dalam pilihan raya peratus yang membuang undi sekitar 70 peratus. Jika dengan penggunaan Big Data kita dapat menambah bilangan tersebut sebanyak 10 peratus hingga 15 peratus lagi dan hal ini dapat menentukan kekalahan atau kemenangan parti yang bertanding. Dengan mengetahui profil pengundi di sesebuah kawasan, kempen pilihan raya dapat disesuaikan dengan kecenderungan dan pemahaman penduduk setempat untuk menarik perhatian mereka. Kempen yang senada dan stereotaip yang digunakan tentunya tidak akan mendapat perhatian serta sokongan pengundi.

Satu lagi aplikasi Big Data yang penting dalam politik adalah untuk menentukan jumlah peruntukan sumber (wang dan tenaga kerja) untuk sesebuah kawasan. Melalui data yang terkumpul, pihak pengurusan parti dapat mengetahui kawasan yang kritikal, kurang kritikal, dan selamat. Oleh itu, sumber perlu diperuntukkan mengikut keperluan dan dengan ini dapat menjimatkan sumber dengan penggunaan yang berkesan, di samping mengelakkan ketirisan.

Untuk memahami kaedah Big Data digunakan dalam pilihan raya, kita lihat pilihan raya Amerika

Syarikat pada tahun 2012 kerana pertama kali dalam sejarah, Big Data digunakan dalam pilihan raya. Dapat dirumuskan bahawa daripada pilihan raya Presiden 2012 itu, kempen yang berjaya dalam inisiatif Big Data turut berjaya dalam pilihan raya.

Terdapat dua kisah yang menyerlahkan impak Big Data terhadap kempen. Yang pertama ialah laporan *Art Technica* pada 9 November 2012 yang membuatkan kegagalan kempen Mitt Romney yang dikenali sebagai "ORCA". ORCA ialah usaha "high tech" untuk melengkapkan lebih 30 ribu orang penyokong Romney dengan *web app* bagi mengawasi aktiviti pengundian, mengenal pasti masa pengundi tertentu telah membuang undi dan membolehkan penyesuaian hampir masa nyata usaha kempen mendapatkan undi pada hari pengundian.

Kakitangan Romney di Boston mengawasi data ini bagi menajamkan keputusan taktikal mereka. Strategi ini kelihatannya seperti pelan yang bijak – mengumpulkan data dari seluruh negara dengan menggunakan telefon pintar dan memberikan arahan kepada mereka yang berada di lapangan tentang apa-apa yang dilaporkan oleh *Art Technica*. Namun begitu, ORCA lumpuh selama 90 minit pada hari pengundian menyebabkan kacau-bilau dalam kempen di lapangan. Penyokong Romney panik dan apabila sistem pulih semula, terdapat laporan bahawa kata laluan gentian tidak dapat digunakan.

Tambahan pula, sukarelawan di lapangan merungut kerana mereka tidak diberi taklimat sebelumnya dan ada pula yang beranggapan bahawa *web app* itu dimuat turun dari iTunes atau android. Ada juga yang merungut tentang 60 helai buku maklumat yang menyulitkan dan sukar untuk difahami. Pasukan Romney mempunyai idea yang betul – menggunakan Big Data dan telefon pintar untuk merapatkan jurang antara mengetahui (*knowing*) dan melakukan (*doing*) pada hari pengundian, tetapi mereka gagal dalam perlaksanaan. Mengikut *Art Technica*, seluruh program itu "bukanlah model kestabilan, dirangka dalam tempoh tujuh bulan berasaskan jadual kilat berikutan daripada pemilihan parti Republican." Yang jelas ialah pelaksanaan program ini adalah sesuatu yang sukar, memerlukan pandangan yang jauh, sumber, dan keutamaan dari segi kepimpinan.

Bandingkan kegagalan ORCA dengan laporan majalah *Time* tentang apa-apa yang berlaku di pusat data Presiden Barack Obama. Pasukan Obama memahami pentingnya pelaksanaan dan kerumitan data yang kompleks. Satu daripada keutamaan pasukan sebelum pilihan raya ialah

selama 18 bulan melakukan penyatuan pangkalan data dan diletakkan dalam satu tempat simpanan. Penumpuan kepada pangkalan data membolehkan pasukan Obama memikirkan secara meluas pendekatan mereka kepada metrik.

"Kami akan mengukur setiap perkara dalam kempen ini" – Demikian kenyataan pengurus kempen, Jim Messina, kepada *Time*. Messina juga diberi sumber yang banyak untuk melakukan kerjanya. Beliau melantik jabatan analitik lima kali lebih besar daripada operasi pada tahun 2008. Hal ini berbeza daripada pendekatan terburu-buru Romney.

Jadi apakah perkara yang dapat dilakukan oleh pasukan Obama dengan Big Data? Menurut *Time* kumpulan itu "merangsang pilihan raya 66 ribu kali setiap malam" berdasarkan data yang didapati pada hari itu dan mengagihkan sumber berdasarkan keputusan yang dijangkakan. Tambahan pula, maklumat demografi yang dikumpulkan oleh mereka dipadankan dengan faktor lain yang membolehkan mereka mencari sasaran untuk membeli iklan TV supaya sampai kepada pengundi yang disasarkan, walaupun kepada bilangan yang kecil.

Pasukan Obama jelas mengambil pendekatan yang lebih baik untuk menggunakan Big Data yang membawa perbezaan dalam kempen. Jadi skor dalam pilihan raya Big Data ialah 1 – 0 berpihak kepada Demokrat. Walau bagaimanapun, jangan menjangkakan mereka akan berdiam diri. Mengikut pakar Big Data, Andy McAfee, hal ini ialah perlumbaan "senjata" yang baharu. Kita mungkin tidak menyukainya dan kita mungkin menginginkan dunia yang dapat diramalkan, tenang, serta penggunaan Excel mampu membantu, tetapi inilah resipi untuk bencana."

Secara kesimpulannya, perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan dalam sebarang usaha baik dalam bidang perniagaan, kemanusiaan, mahupun politik. Yang diperlukan ialah komitmen kita dari segi sumber dan kepakaran untuk menggunakannya demi kebaikan bersama. Perlu diingat, aplikasi Big Data tidak hanya tertumpu pada penggunaan teknologi secara membuat tuli, sebaliknya aspek manusia, iaitu intuisi dan kebitaraan amat diperlukan bagi mengolah dan mentafsirkan data. **de**



Penyokong Romney panik dan apabila sistem pulih semula, terdapat laporan bahawa kata laluan gentian tidak dapat digunakan.

