THE TECH ISSUE

GLORY & GORE

AUGUST 2018

@GLORYANDGOREZINE

#2

THE INTERNAT ISSUE

Pada edisi kedua ini, kami memaparkan mengenai keterkaitan antara teknologi informasi dengan kehidupan kita sehari-hari. Teknologi informasi membutuhkan data sebagai sumber daya utama untuk diolah yang pada akhirnya dijadikan kumpulan data yang berjumlah sangat banyak yang secara sederhana menjadi sebuah ***big data***. Disini kita tidak membahas lebih spesifik mengenai teknologi informasi sebagai sebuah alat yang bersifat netral melainkan sebagai alat yang dapat digunakan untuk kepentingan tertentu. Yang menjadi pertanyaan kemudian adalah siapa yang memproduksi data tersebut? Serta, siapa yang mengolah dan memiliki data-data tersebut? Melalui tebitan berkala ini, kami memberi gambaran singkat mengenai cara kerja dari teknologi informasi yang dalam konteks ini bisa dianalogikan layaknya menambang minyak. Hal ini tentu menarik untuk didiskusikan lebih lanjut, terlebih setelah terbongkarnya kasus Cambridge Analytica yang melibatkan Facebook, sebagai korporasi besar di bidang teknologi informasi. Kami sangat senang dapat berbagi karya ini dengan Anda dan kami harap Anda menyukainya. Silakan kirim kritik dan saran Anda ke *gloryandgorezine@gmail.com*. Selamat membaca dan sampai jumpa di jagat maya!

DATA IS THE NEW OIL

But Who Owns It?

Oleh
Rifqi Fadhlurrakhman

Ilustrasi
Ilham Kholid

Seperti halnya minyak bumi, data telah menjadi sumber daya yang sangat penting untuk menopang pengembangan teknologi transformatif, seperti analisis prediktif, kecerdasan buatan hingga otomatisasi.

Hal tersebut memberikan gambaran singkat, mengapa pemerintah dan perusahaan-perusahaan teknologi berani untuk mengucurkan dana dalam jumlah yang begitu besar untuk pengembangan platform ekstraksi data. Bukan rahasia lagi, bahwa perusahaan yang lahir di era digital, seperti Facebook, Amazon dan Google, hidup dari jejak digital yang kita tinggalkan setiap harinya. Perhitungannya sangat sederhana. Misalnya, semakin lama kita berselancar menggunakan Google Search, semakin banyak jejak digital yang terekam dan semakin bernilai pula data yang kita hasilkan. Data tersebut digunakan untuk mendefinisikan kita sebagai individu dan kita sebagai kelompok yang memiliki ketertarikan akan suatu hal yang sama. Hal demikian berlaku juga untuk media sosial yang mengharuskan kita untuk mengisi data personal. Semakin rinci data yang kita berikan, semakin bernilai pula data kita di hadapan para pengiklan dan ***broker*** data.

Itulah mengapa ketiga perusahaan raksasa digital tersebut semakin terobsesi untuk menambang informasi mendalam tentang kebiasaan serta preferensi kita—para penggunanya, mulai dari kebiasaan berbelanja, band favorit, hingga apa

yang kita tonton setiap malamnya. Semua data tersebut memberi mereka kekuatan yang luar biasa. Bukan tidak mungkin, di masa mendatang, ketiganya juga akan memegang monopoli atas arsitektur sistem informasi beserta dengan standar pengembangan teknologi.

Tidak heran jika setiap pembaharuan dalam aplikasi yang mereka kembangkan adalah untuk mengoptimasi waktu yang dihabiskan para pengguna. Dari pola semacam itu, kita bisa memahami mengapa media sosial dan banyak produk digital lainnya menjadi semakin adiktif.

Para pengembang produk akan menyebutnya sebagai *Habit-Forming Products*, yakni sebuah produk yang bukan hanya memberikan layanan, namun juga mampu untuk mengkondisikan aspek kognitif dan psikologis seseorang.

Dengan jumlah pengguna serta data yang begitu berlimpah, Facebook, Google dan Amazon memiliki posisi monopoli yang hampir mustahil untuk dikalahkan. Bahkan, jika seseorang datang dengan teknologi yang lebih canggih, ia harus bekerja dengan sangat keras untuk dapat memutus rantai *network effect* yang begitu solid. Dalam model bisnis platform, *network effect* adalah aspek penting dari keberhasilan mereka untuk menguasai pasar. Secara sederhana, *network effect* bekerja dengan baik ketika Anda begitu sulit untuk membayangkan aplikasi berbagi foto selain Instagram. Seberapapun bencinya Anda terhadap Instagram, akhirnya Anda mengalah dan membuat akun Instagram juga.

Suka atau tidak, Google dan Facebook memang memberikan kita banyak kemudahan dalam berkomunikasi dan mencari informasi seperti "how to be artsy". Namun di sisi lain, kita seharusnya berhenti bersikap naif ketika menyadari bahwa model ekstraksi data, serta semua teknologi yang hadir hari ini tidak bisa dipisahkan dari kepentingan marjin keuntungan para pengembangnya.

Dengan terbongkarnya skandal Facebook-Cambridge Analytica, seharusnya bisa menjadi momentum yang tepat untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya data yang kita produksi dan bagikan setiap harinya.

Bersamaan dengan skandal tersebut, Facebook juga terbukti merekam metadata yang berisi riwayat percakapan telepon dan pesan singkat dari para pengguna Android yang menggunakan aplikasi Messenger. Uni Eropa merespon kejadian tersebut dengan menerbitkan GDPR (***General Data Protection Regulation***), yakni regulasi yang ditujukan untuk memberikan kontrol kepada para pengguna dan konsumen atas data personal yang dikumpulkan oleh sebuah perusahaan. Peraturan ini mulai berlaku sejak 25 Mei 2018.

Dalam dunia periklanan dan marketing, metode yang diterapkan Cambridge Analytica sebenarnya bukanlah hal yang asing. Penggunaan jejak digital yang dikombinasikan dengan beragam metode persuasi memang terbukti bisa mengkondisikan pengalaman politik serta interpersonal seseorang.

Itulah mengapa, pertimbangan etis dan implikasi sosiologis dari penggunaan data berbasis laba memang sangat minim. Terlepas dari kemujaraban metode persuasi yang diterapkan Cambridge Analytica untuk mengantar Trump menjadi Presiden Amerika Serikat, data terbukti memiliki dimensi power yang tentunya dapat digunakan untuk kepentingan politik - dari yang paling lawak, hingga yang paling brutal sekalipun. Itulah yang kita hadapi saat ini. Ketika data dimonopoli oleh segelintir entitas, semua perbincangan tentang kegunaannya pun akan selalu terkait dengan kepentingan mereka. Masalahnya bukan terletak pada algoritma, teknologi atau para jago komputer yang bekerja untuk Google dan Facebook, namun pada ideologi dan motif ekonomi politik di baliknya. Satu hal yang pasti, netralitas teknologi itu ilusi.

Penggunaan teknologi dalam keseharian kita hari ini tidak pernah lepas dari dua hal, yaitu komersialisasi dan ***technological solutionism***, sebuah terminologi yang dipopulerkan oleh Evgeny Morozov untuk menggambarkan apropriasi teknologi atas pemecahan sebuah masalah sosial dan kemanusiaan yang meminggirkan pendekatan struktural.

Sebagai contoh, IBM i2 ***Enterprise Insight Analysis*** (EIA) bisa saja memprediksi serangan teroris, namun tidak bisa menjawab pertanyaan fundamental, "Mengapa terorisme sebagai sebuah aksi ideologis bisa muncul?". Atau kehadiran beragam ***wearable device*** semacam Fitbit dan Garmin Vivomove, yang menawarkan jalan keluar dari gaya hidup tidak sehat. Berdasarkan data yang terekam, mereka memang mampu membuat produk kesehatan

```
-----------------------------------------------------------
-----------------------------------------------------------
tp://bettercap.org/

] Starting [ spoofing:      discovery:     sniffer:       tcp-proxy:     http-proxy:    https-proxy:
lstrip: http-server:   dns-server:true ] ...

] [wlan0] 192.168.x.x    : D0:53:49:E5:EB:29 / wlan0 ( Liteon Technology )
] [GATEWAY] 192.168.x.x : 00:17:7C:43:88:61  ( Smartlink Network Systems Limited )

] [DNS] Starting on 192.168.x.x:53xx ...
] [HTTP] Proxy starting on 192.168.x.x:8080 ...
```

Satu hal yang pasti, netralitas teknologi itu ilusi.

personal, namun tidak akan membuat kita sadar akan kompleksnya ***obesogenic environment*** dan sistem produksi serta distribusi pangan yang buruk. Kecenderungan teknokratis semacam itu berangkat dari pengandaian bahwa hanya dengan sejumlah data dan alat analisis yang canggih, semua masalah manusia akan selesai. Daripada melihat sebuah masalah secara struktural, pemerintah hanya akan berfokus pada maksimalisasi data yang mereka miliki. Memaksa para pembuat kebijakan untuk terlebih dahulu melihat data secara matematis dan meletakkan konteks jauh di belakang. Yang dengan sendirinya, menjadikan debat tentang intervensi pada level makro tidak lagi relevan.

Sementara, bagi korporasi-korporasi besar, ***technological solutionism*** adalah peluang untuk mengembangkan produk baru, yang tentunya harus ***feasible*** secara bisnis. Hal tersebut berbeda dengan visi para figur yang meletakan pondasi tentang pengembangan teknologi informasi pasca-Perang Dunia ke-II atau diskursus tentang ***digital culture*** di era 1960-an. Dari Norbert Weiner, Ted Nelson, hingga Jaron Lanier, mereka meletakkan teknologi sebagai jawaban untuk menyelesaikan masalah-masalah ekonomi dan sosial yang krusial, mulai dari kesenjangan akses terhadap pengetahuan, mendorong terwujudnya model baru ekonomi yang inklusif, dan pengembangan arsitektur sistem informasi yang terdesentralisasi. Dalam logika ***market-driven innovation***, sebuah teknologi hanya akan dianggap inovatif jika ia bisa dibawa ke pasar dan menguntungkan. Retorika disrupsi dan inovasi yang memiliki dampak sosial tidak lebih dari sekadar ***gimmick marketing***. Oleh karenanya, dalam kacamata pasar, akses terhadap teknologi akan selalu eksklusif.

Setiap kritisisme yang muncul terkait dampak negatif dari masifnya ekstraksi dan pengolahan data terkadang hanya berkisar seputar urusan etis. Membuat kita seakan dihadapkan pada dua pilihan yang berlawanan pada level personal: a. Menjadi ***techno-utopian:*** Bersikap acuh terhadap segala eksternalitas negatifnya. b. Menjadi ***techno-phobic***: Bersikap defensif dengan menuntut pemerintah untuk membuat beragam regulasi.

Nyatanya, lebih dari itu, setiap eksternalitas dari pengembangan dan penerapan teknologi melibatkan dimensi politik-ekonomi yang lebih besar. Sama halnya dengan pemanasan global yang merupakan konsekuensi dari eksesifnya penggunaan bahan bakar fosil untuk menopang aktivitas ekonomi kita hari ini.

Jejak digital dan data yang kita produksi setiap harinya memang mempunyai banyak kegunaan dan mampu menopang kegiatan ekonomi modern, terutama terkait prediksi dan otomatisasi.
Saat ini, generasi baru ***super-computer*** telah mulai membentuk kembali setiap aspek dalam kehidupan manusia. Jumlah data yang begitu besar sedang dikumpulkan, diproses, dan kembali kepada kita dalam bentuk aplikasi serta beragam perangkat pintar.

Maka dari itu, sungguh tepat menganalogikan data sebagai *the new* oil. Tetapi dalam riuhnya perayaan pengembangan teknologi transformatif yang ditopang oleh data sebagai sumber daya utama, kita lupa untuk mempertanyakan satu hal penting, *who owns it?*

Referensi & Bacaan Lebih Lanjut

John Markoff, What the Dormouse Said: How the Sixties Counterculture Shaped the Personal Computer Industry. (2006)

Jaron Lanier, Who Owns the Future?. (2014)

Evgeny Morozon, To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism. (2014)

Di edisi kedua ini, kami melakukan eksperimen baru terkait konten yang disajikan untuk untuk semakin mempermudah pembaca terkait apa yang penulis ingin sampaikan. Berikut wawancara singkat kami dengan penulis.

Karena yang lo tulis cukup menarik, gue jadi penasaran. Sejak kapan lo concern dengan adanya fenomena ini?

Awalnya karena gue cukup penasaran aja kenapa ***big-data*** dan ***data-driven*** bisa jadi ***buzzword***. Apa bener big-data begitu pentingnya? Setelah belakangan ini mulai ngikutin isu seputar ***big-data*** dan kenal orang-orang dunia tech, ternyata bener. Data emang penting banget buat pengembangan teknologi transformatif, terutama ***Artificial Intelligenc***e. Dan bukan cuma buat kebutuhan bisnis, bisa juga buat ***improve*** infrastruktur teknologi di sektor publik. Tapi sejauh ini, narasi tentang kegunaan big data dan pengembangan teknologi canggih masih lebih dominan di dunia bisnis. Contohnya, bagaimana Facebook dan Google menggunakan data buat ***improve*** produk atau ***service*** mereka.

Jadi, masih sekedar hubungan antar *company* dan *customer*. Beda halnya kalau diskursus soal kegunaan ***big-data*** dalam sektor publik yang di kelola sama pemerintah atau lembaga kemasyarakatan ***non-profit***. Yang meletakan kita sebagai ***citizen***, bukan ***customer***. Jadi, pengembangan teknologi yang menggunakan big data sebagai sumber daya pun akan selalu bersifat inklusif.

Jadi menurut lo ini tindakan bener atau salah sih? Apalagi buat sebagian orang yg belom tau banyak kalo setiap mereka buat akun digital pasti datanya itu diginiin?

Maksudnya penggunaan data personal yang rinci tanpa sepengetahuan ***user***? Secara etis, tentunya salah, apalagi digunakan untuk kepentingan politik. Nah, masalahnya, banyak orang yang masih bodo amat sama data personal mereka, apalagi ***digital footprint*** yang cuma merekam ***behavior.*** Padahal data itu punya ***value*** yang besar. Dan orang-orang pun masih banyak yang gak sadar, kalau data itu kita yang produksi, contohya ketika kita bikin akun Facebook, itu gak gratis, kita membayar mereka dengan data personal yang kita isi dan waktu yang kita habiskan ketika menggunakan Facebook.

Hmm bener sih, jadi menurut lo nih apa ada solusi untuk fenomena ini? Karena kalo diliat-liat lebih banyak negatifnya gak sih? Karena data personal seseorang itu kan sifatnya privasi.

Makanya kenapa Facebook, Google, dll. itu cuek aja. Sampai dampak negatifnya kebongkar, kayak skandal Facebook-Cambridge Analytica kemarin. Baru deh rame, tapi akhirnya orang lupa juga kan. Ini gw gak dalam kapasitas menawarkan solusi. Sebenernya ada beberapa gagasan populer saat ini tentang kepemilikan data. Pertama, gagasan tentang ***the end of privacy***, yang menganggap konsepsi ***privacy*** itu sudah gak relevan di era digital, jadi biarin aja perusahaan-perusahaan mempergunakannya demi pengembangan teknologi. Dengan alasan cuma korporasi yang punya infrastruktur canggih dan bisa mengembangkan teknologi ***based-on*** data. Kedua, gagasan tentang data ***ownership*** yang diserahkan kepada individu, dimana kita mempunyai hak untuk memperlakukan informasi personal (data) sebagai komoditas yang dapat dijual sesuai keinginan kita. Jadi bukan cuma Google dan Facebook yang bisa jual data, tapi kita secara personal juga bisa. Ketiga, gagasan untuk menyerahkan regulasi tentang data ***ownership*** sepenuhnya sama pemerintah, melalui berbagai macam aturan ketat terhadap perusahaan yang menyimpan dan menggunakan data. Sebenernya, masih

ada satu lagi gagasan yang jarang banget kita denger, yaitu memperlakukan data sebagai aset masyarakat. Kita seharusnya emang punya kontrol terhadap data, karena kita sendiri yang memproduksinya, tapi enggak memperlakukanya sebagai komoditas (yang bisa dijual). Data yang kita miliki, cuma boleh dipergunakan untuk kepentingan publik. Misalnya, menggunakan big data dan AI (*Artificial Intelligence*) buat ningkatin layanan publik yang inklusif, dari perawatan kesehatan, perumahan, sampai pendidikan. Kalau ditanya soal solusi, gue lebih milih opsi itu. Karena infrastruktur internet itu sebenernya dibangun sama pemerintah, pake uang pajak. Intinya, *aware* dulu aja sih. Gue secara personal gak masalah sama penambangan *digital footprint* dan penggunaan data personal, asalkan digunakan buat kepentingan publik. Yang menjadi masalah adalah, ketika data, sebagai sumber daya utama pengembangan teknologi, cuma bisa dimonopoli sama beberapa korporasi. Pada akhirnya, debat soal data *ownership* itu gak bisa lepas dari dimensi politik ekonomi. Sama kayak sumber daya alam. Bedanya, kalau nimbun minyak, kegunaan dan nilainya gak akan bertambah. Sementara kalau nimbun data, semakin banyak yang dipanen, semakin banyak insight yang akan didapat untuk pengembangan teknologi.

Bedlanya, kalau kegunaan dari alkan bertambah kalau nimbun banyak yang insight yang untuk pengemb

nimbun minyak,
nilainya gak
ah. Sementara
data, semakin
lipamen, banyak
alkan didapat
ungan teknologi.

Horoscopes

Aries

March 21-April 19

Don't be so hard on yourself. Take a day off to get together with your loved ones.

Taurus

April 20-May 20

Be specific about what you want, you annoying prick.

Gemini

May 21-June 20

What brings a sense of value into your life?

Cancer

June 21-July 22

The world doesn't need to know every single detail of your sex life or lack therof.

Leo

July 23-August 22

Big changes are about to happen. Set out time to jot out your intentions.

Virgo

August 23-September 22

You're not as cool as you think you are.

The first and most important thing you need to know about this month's edition of Horoscope is that it's totally made up. In case you didn't already know, the stars are inanimate objects and they don't determined your livelihood.

Libra

September 23-October 22

You don't have to be ashamed of your extensive collection of memes. Nobody's perfect, anyway.

Sagittarius

October 23-November 21

Nobody wants to hear about your lame jokes.

Scorpio

October 23-November 21

It's been a rough month and I admire you for being the resilient person that you are.

Aquarius

January 20-February 18

Treat your body with love and respect.

Pisces

February 19-March 20

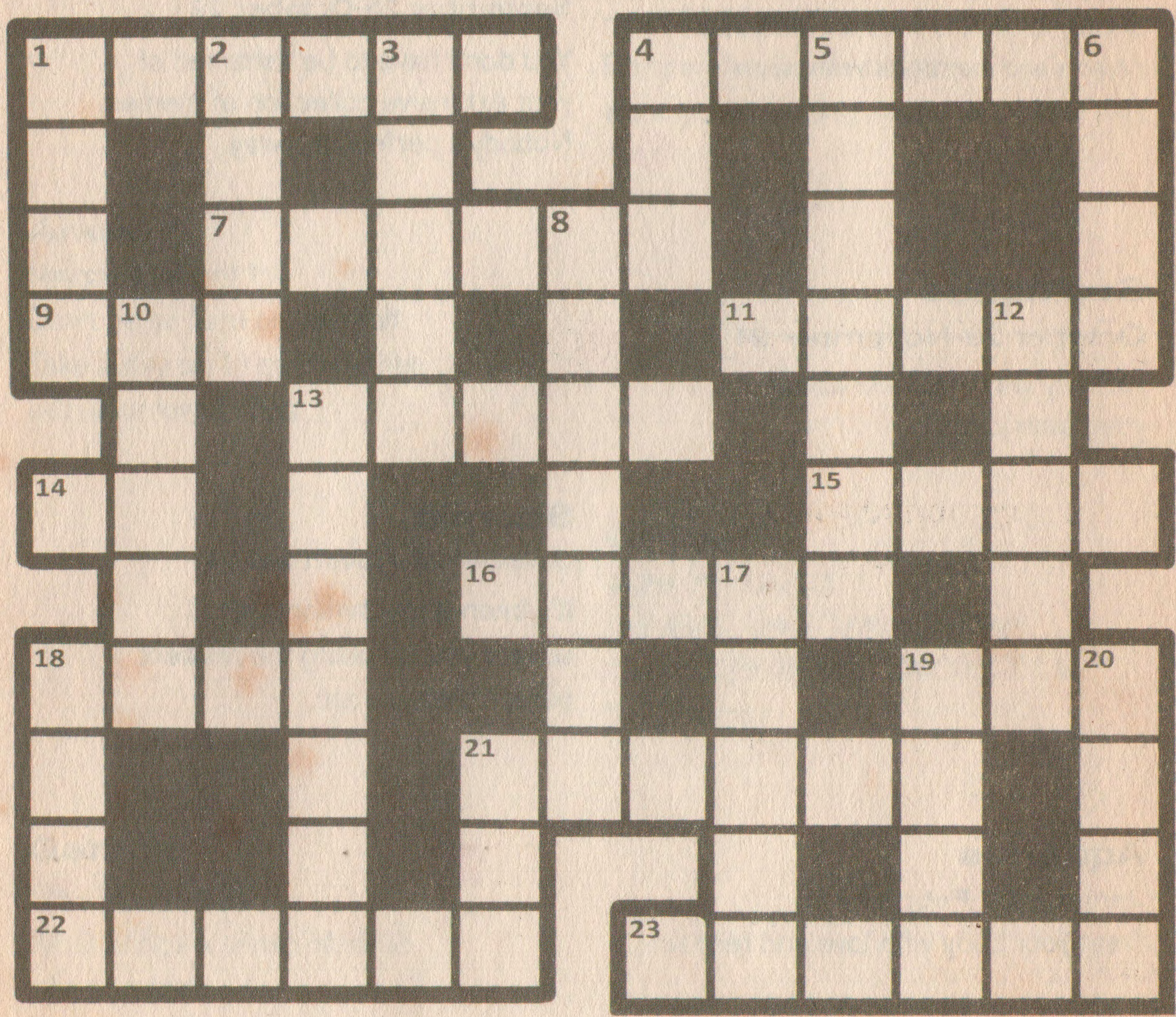
Ew, gross.

Capricorn

November 22-December 21

Let your emotions wash over you.

MARI BERMAIN



"BAGIMU AGAMAMU, BAGIKU AGAMAKU"

PARADISO KUIS

Mendatar

1. Percakapan
4. Pelaut Nenek Moyang
7. Sinetron India Kesayangan Mama
9. Dewan Perwakilan Rakyat? Rakyat?
11. "Pokoknya gitu, gak mau tau.."
13. 11 12
14. Dingin
15. Sari (Jamu)
16. Pelanggaran Hak Cipta
18. Pisau
19. Bikin Malu
21. Chaos!!
22. Sidang atau Berdamai
23. Anak Kampung Sokin

Menurun

1. Nabi dengan Kitab Zabur
2. Oke, sip..
3. Pidato Bersemangat
4. Harga Belum Termasuk
5. Sumber Kekacauan
6. Cucok
8. Putih-putih Melati, Merah-merah Delima
10. Tempat Jual Beli
12. Pengelola Keuangan di Rumah Tangga
13. Jalannya Serong (catur)
17. Jl. Surabaya (Jakarta Utara)
18. Obat;Bonceng Tiga
19. Bawaanya Pengen Ngerokok
20. Ngebul
21. Semuanya Disensor

GLORY & GORE

Instagram: @gloryandgorezine

Glory & Gore adalah terbitan berkala berbasis *submission* yang berfokus menggemakan suara anak muda Indonesia terkait isu-isu terkini dan relevan melalui pendekatan saintifik dan estetik.

Penyunting Tulisan
Ahmad Fuadillah Sam
@ahmadfuadillah_
Net Surfer

Perancang Grafis
Indrastiningtias
@kesurupan
Your Internet Friend

Ilham Kholid
@ilhamkholidski
Noob Aquarist

Penulis
Rifqi Fadhlurrakhman
@rifqifadh
Uncertified Marxist

Reporter
Sonya Annasha Bonita
@sonyaannsh
#maafsayaperempuan

Teka-teki Silang
Kolektif Paradiso
@paradiso.kolektiv
Fun Fun Kolektiv Art & Design

Cetakan kedua, 10 eksemplar
Juli 2018
Jakarta

3