

# Peran Anggota Keluarga dalam Meningkatkan Kemampuan Literasi Media Melalui Grup Whatsapp pada Generasi *Baby Boomers* di Daerah Istimewa Yogyakarta

Mekar Aisyah<sup>\*)</sup>, Nur'aini Perdani SP

*Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,  
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia*

<sup>\*)</sup> Korespondensi: mekaraisyah12@gmail.com

## **Abstract**

*[The Role of Family Members in Improving Media Literacy Skills through Whatsapp Groups among Baby Boomers in the Special Region of Yogyakarta] This study discusses the role of family members in improving the media literacy skills of baby boomers through WhatsApp groups in the Special Region of Yogyakarta. The purpose of this study is to get a complete picture of the roles and practices of family members in helping baby boomers in their families to perform the stages of media literacy. The research method used is a qualitative method with a phenomenological approach. Data collection techniques were conducted using semi-structured interviews and indirect observation. Informants were selected using purposive sampling technique with criteria determined by the researcher. The data that has been obtained is then analyzed with the stages of data condensation, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study found actions taken by family members in improving media literacy skills in the baby boomers generation based on their experiences. The stages in teaching media literacy include how to access, analyze, evaluate and re-communicate information in other forms or media. Furthermore, family members' roles as motivators, educators and facilitators have been seen through their actions. The role as a motivator is shown when giving appeals. The role of educator is shown during the process of teaching media literacy to baby boomers. The role of facilitator is shown by facilitating the baby boomers to access information and also as a place to ask questions if there are things they do not know.*

**Keywords:** *media literacy; baby boomers generation; family roles; WhatsApp*

## **Abstrak**

Penelitian ini membahas tentang peran anggota keluarga dalam meningkatkan kemampuan literasi media pada generasi *baby boomers* melalui grup WhatsApp di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang utuh terkait peran dan praktik para anggota keluarga dalam membantu generasi *baby boomers* di keluarganya melakukan tahapan literasi media. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara semi terstruktur dan juga observasi secara tidak langsung. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Data yang telah didapatkan kemudian dianalisis dengan tahapan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Hasil penelitian ini didapati tindakan yang telah dilakukan oleh para anggota keluarga dalam meningkatkan kemampuan literasi media pada generasi *baby boomers* berdasarkan pengalaman mereka. Tahapan dalam mengajarkan literasi media meliputi cara untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan kembali sebuah informasi dalam bentuk atau media lain. Selanjutnya, peran anggota keluarga sebagai motivator, edukator, dan fasilitator telah terlihat melalui tindakan mereka. Peran sebagai motivator ditunjukkan ketika memberikan himbauan. Peran sebagai edukator ditunjukkan ketika proses mengajarkan literasi media kepada generasi *baby boomers*. Peran sebagai fasilitator ditunjukkan dengan memfasilitasi para generasi *baby boomers* untuk mengakses informasi dan juga sebagai tempat bertanya jika ada hal yang tidak diketahui.

**Kata kunci:** *literasi media; generasi baby boomers; peran keluarga; WhatsApp.*

## **1. Pendahuluan**

Media sosial merupakan media yang paling sering digunakan untuk menyebarkan berbagai berita hoaks karena penggunaannya yang mudah dan jangkauannya yang luas mencakup berbagai kalangan.

Pengguna media sosial juga semakin meningkat setiap tahunnya, menurut data yang dilansir dari situs *We Are Social* per Januari 2022, pengguna aktif media sosial di Indonesia sudah mencapai 191,4 juta orang. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 12% dibandingkan dari tahun 2021 yaitu sebanyak 170 juta orang. Aplikasi media sosial yang banyak diakses oleh para pengguna juga dilaporkan. WhatsApp menempati urutan pertama sebagai aplikasi yang paling banyak diakses dengan persentase 88,7%. Akibat dari semakin meningkatnya pengguna dan juga perkembangan media sosial, maka peluang penyebaran hoaks juga semakin meningkat (Riyanto, 2022).

Pengguna media sosial meliputi berbagai kalangan mulai dari anak-anak sampai masyarakat lanjut usia. Melansir kembali data dari *We Are social* pada tahun 2020, 8,5% pengguna media sosial adalah generasi tua dengan rentang usia 58-76 tahun, yang biasa disebut dengan generasi *baby boomers*. Generasi *baby boomers* yaitu masyarakat yang lahir setelah usainya Perang Dunia II di rentang tahun 1946-1965. Karena perkembangan teknologi, *baby boomers* mau tidak mau harus tetap mengikuti perkembangannya untuk mendapat informasi lebih cepat. Generasi *baby boomers* sering dipandang sebagai kelompok masyarakat yang gagap teknologi (*gaptek*) karena pada zaman mereka lahir dan tumbuh, teknologi informasi belum berkembang seperti saat ini.

Keterbatasan kemampuan *baby boomers* dalam penguasaan teknologi, utamanya dalam penggunaan media sosial membuat mereka rentan mendapatkan informasi bohong (hoaks) dan bahkan mempercayai serta turut menyebarkan informasi tersebut. Dilansir dari artikel di *New York Times* edisi Januari 2019, menyatakan bahwa orang tua dengan umur rata-rata 65 tahun, tujuh kali lebih memungkinkan membagikan berita palsu di media sosial Facebook daripada pengguna dewasa dan remaja dengan rentang umur 18-29 tahun (Chokshi, 2019).

Faktor lain yang membuat generasi *baby boomers* rentan terpapar hoaks dikarenakan terjadi penurunan kemampuan kognitif dan kemampuan literasi yang rendah. Padahal kemampuan literasi sangat dibutuhkan untuk dapat menyaring dan mengidentifikasi informasi, utamanya informasi yang beredar melalui media sosial (Abrar, 2020) Selain itu karakteristik generasi *baby boomers* yang dapat dibilang terlalu idealis dan kompetitif serta memiliki rasa optimisme yang tinggi, sehingga terkadang sulit diberi pengertian dan pemahaman baru yang sekiranya bertentangan dengan idealisme mereka. Maka dari itu dibutuhkan pendekatan tersendiri yang dimulai dari orang terdekat seperti anggota keluarga.

Literasi media adalah kemampuan untuk melakukan akses, analisis, dan evaluasi terhadap informasi, serta mengomunikasikan kembali informasi tersebut dalam berbagai bentuk (Aufderheide & Firestone, 1993). Literasi media dapat dikatakan sebagai benteng bagi masyarakat untuk lebih kritis terhadap informasi dari media, dan dapat menentukan informasi sesuai dengan kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat kemampuan literasi media seseorang, maka orang tersebut akan mampu memilah berbagai informasi yang disediakan oleh media dan tentunya dapat meminimalisir resiko terpapar hoaks. Akibat berbagai keterbatasan yang dimiliki oleh *baby boomers* dalam hal literasi media, maka diperlukan bimbingan dari anggota keluarga,

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi dengan proporsi penduduk lanjut usia tertinggi di Indonesia dengan persentase sebesar 17,33%. Menurut data kependudukan Provinsi D.I. Yogyakarta tahun 2021, jumlah penduduk lansia D.I Yogyakarta sebanyak 637.353 jiwa (Kusnandar, 2022). Melalui data sensus penduduk tahun 2020, persentase jumlah penduduk generasi *baby boomers* di Provinsi D.I. Yogyakarta sebanyak 16,61% (Badan Pusat Statistik, 2021).

Berdasarkan uraian pernyataan dan data-data di atas, penelitian terhadap peran anggota keluarga dalam membantu meningkatkan kemampuan literasi media pada generasi *baby boomers* perlu dilakukan. Tujuannya agar didapatkan gambaran yang nyata terkait praktik membimbing para generasi *baby boomers* dalam melakukan literasi media yang didapatkan dari pengalaman para anggota keluarga. Kemudian nantinya bisa menjadi contoh bagi para anggota keluarga dari generasi *baby boomers* lainnya. Dengan begitu, kemampuan para generasi *baby boomers* dalam memilah informasi yang diterimanya dan yang akan disebarakan kembali akan meningkat. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada proporsi populasi generasi *baby boomers*, dan Daerah Istimewa Yogyakarta adalah provinsi dengan populasi lansia paling tinggi di Indonesia. Selain itu, penggunaan internet di Daerah Istimewa Yogyakarta juga semakin meningkat dan meluas jangkauannya.

## **2. Landasan Teori**

### **2.1. Literasi Media**

Literasi media adalah kemampuan untuk melakukan akses, analisis, dan evaluasi terhadap informasi, serta mengomunikasikan kembali informasi tersebut dalam berbagai bentuk (Aufderheide & Firestone, 1993). Konteks literasi media merupakan suatu pengajaran pada warga masyarakat untuk kritis dan analitis terhadap informasi yang didapat dari media massa. Menurut Silverblatt (2018), literasi Media adalah keterampilan untuk berpikir kritis yang diterapkan pada sebagian besar sumber informasi kita yang berupa saluran komunikasi massa. Keterampilan berpikir kritis ini memungkinkan individu untuk mengidentifikasi pesan yang sedang disampaikan di media

Tujuan utama dari literasi media yaitu membentuk kesadaran kritis pada khalayak ramai mengenai informasi di berbagai media massa. Literasi media dapat dikatakan sebagai benteng bagi masyarakat untuk lebih kritis terhadap isi media, sekaligus dapat menentukan informasi sesuai dengan kebutuhan. Literasi media memberi panduan mengenai cara untuk mengambil kontrol atas informasi yang beredar. Semakin tinggi tingkat kemampuan literasi media seseorang, maka orang tersebut akan mampu memilah berbagai informasi yang disediakan oleh media (Diskominfo, 2018).

Keterampilan literasi media kemudian dirangkum dalam 4 keterampilan utama diantaranya adalah mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan kembali sebuah informasi menggunakan media komunikasi secara efektif (Potter, 2015).

### **2.2. Generasi *Baby Boomers***

Generasi *baby boomers* adalah kelompok masyarakat yang lahir pada masa setelah usainya Perang Dunia II yakni pada rentang tahun 1946 – 1964. Penyebutan istilah *baby boomers* didasarkan

pada peristiwa masa lampau yang pada saat itu terjadi lonjakan tingkat kelahiran di seluruh dunia. Generasi yang lahir pada era ini sudah mulai mengenal teknologi media massa seperti televisi dengan ragam acaranya. Karakteristik *baby boomers* yaitu cenderung mandiri, idealis, dan individualis. Mereka sangat menghargai kerja keras, materi, validasi, dan realisasi diri dikarenakan mereka dibesarkan di lingkungan yang cukup sulit kala itu. Generasi *baby boomers* mempercayai bahwa untuk meraih kesuksesan di masa depan dibutuhkan kerja keras dan pengorbanan (Kupperschmidt, 2000).

Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat menjadi tantangan tersendiri bagi golongan *baby boomers*. Terlahir saat teknologi belum terlalu maju seperti masa kini, membuat mereka harus menyesuaikan diri dan terkadang sulit mengikuti kemajuan teknologi yang ada. Seiring pertambahan usia, berbagai kemampuan fisik maupun kognitif dari generasi *baby boomers* mengalami penurunan. Hal tersebut mempengaruhi kemampuan *baby boomers* dalam menguasai teknologi masa kini. Beberapa teknologi yang dimanfaatkan oleh *baby boomers* pada umumnya antara lain telepon seluler dan aplikasi untuk berkirim pesan seperti WhatsApp (Nuriana dkk, 2019).

Generasi *baby boomers* dianggap sebagai imigran digital karena mereka harus belajar menghadapi perkembangan teknologi digital. Generasi *baby boomers* lebih rentan terhadap berita palsu karena mereka belum terlalu memahami mengenai penggunaan teknologi tersebut (Luce & Estabel, 2020). Generasi *baby boomers* kurang percaya diri dengan kemampuan mereka untuk mengidentifikasi kepalsuan sebuah berita, jika dibandingkan dengan generasi muda milenial (Visentin et al., 2019).

## **2.3. WhatsApp**

### **2.3.1. Aplikasi Whatsapp**

Berdasarkan informasi yang terdapat pada situs resmi WhatsApp.com, WhatsApp didirikan oleh Jan Koum dan Brian Acton pada tanggal 24 Februari 2009. Pada bulan November 2009, WhatsApp memulai kiprahnya di App Store. Ketika awal perilisannya, WhatsApp hanyalah aplikasi yang digunakan untuk mengirim dan menerima pesan teks saja. Setiap tahunnya WhatsApp berkembang dan terdapat berbagai fitur-fitur baru yang semakin memudahkan dalam hal pertukaran informasi. Hingga saat ini, WhatsApp sudah memiliki fitur berbagi foto, video, lokasi, pesan suara, pembaca *qr code*, komunikasi secara berkelompok (grup), WhatsApp versi web dan desktop, dan masih banyak fitur lainnya.

WhatsApp menawarkan solusi mudah dan murah untuk bertukar pesan dengan menggunakan paket data internet. Jika dibandingkan dengan Biaya atau tarif menggunakan pulsa pada pesan singkat telepon seluler biasa, maka pertukaran pesan melalui WhatsApp terbilang lebih murah. (Miladiyah, 2017). WhatsApp dipandang sangat *adaptable* terhadap budaya sosial penggunanya. Termasuk didalamnya aturan-aturan dalam berkomunikasi tanpa mengurangi kualitas dan kuantitas cara komunikasi (Jumiatmoko, 2016). Melalui WhatsApp, pengguna juga dapat melakukan

panggilan sederhana yang aman dan tersedia untuk telepon di seluruh dunia. Berbagai kemudahan inilah yang membuat WhatsApp menjadi aplikasi yang terkenal dan digemari (Winarso, 2015).

### 2.3.2. Grup WhatsApp

WhatsApp menawarkan berbagai fitur yang dapat memudahkan dalam menjalin komunikasi, salah satunya adalah fitur *group chat* yang memungkinkan penggunanya berkomunikasi secara masal dengan beberapa pengguna. Fitur *group chat* dapat menampung 256 anggota, dan nantinya dapat lebih cepat dalam penyampaian informasi. Pengguna juga dapat melakukan pengaturan pesan dalam grup seperti membisukan, membatasi pengiriman pesan, menyesuaikan notifikasi, dan fitur lain yang lebih lengkap bagi admin grup. Melalui *group chat* ini, pengguna dapat lebih mudah terhubung dengan keluarga, rekan kerja, sahabat, dan sebagainya (Pangestika, 2018).

Banyak keluarga yang memanfaatkan grup WhatsApp sebagai media komunikasi di dalam keluarga inti atau keluarga besar mereka. Tujuannya sebagai media komunikasi karena grup WhatsApp memiliki banyak sekali manfaat. Manfaat grup WhatsApp adalah mempererat hubungan antar anggota, meningkatkan kepercayaan diri para anggotanya, tempat untuk memberi dan menerima perhatian, mengingatkan setiap anggota akan suatu hal, dan saling bertukar pesan atau informasi. (Prasanti & Indriani, 2018). Grup WhatsApp berperan untuk menciptakan ikatan yang baik di antara para anggota. Generasi tua mengakui bahwa mereka lebih percaya kepada anggota grup keluarga ketika diingatkan tentang informasi hoaks. Selain keaslian sumber, generasi tua melihat siapa yang mengonfirmasi pesan tersebut dengan melihat latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang mengkonfirmasi pesan tersebut kredibel atau tidak (Tutiasri & Kusuma, 2020).

### 2.4. Peran Anggota Keluarga

Peran keluarga disebut juga tingkah laku spesifik yang diharapkan oleh seseorang dalam konteks keluarga. Sehingga peran keluarga menggambarkan seperangkat perilaku interpersonal, sifat, kegiatan yang berhubungan dengan individu dalam posisi dan situasi tertentu. Peranan individu dalam keluarga didasari oleh harapan dan pola perilaku dari keluarga, kelompok dan masyarakat (Mustikawati, 2022). Peran keluarga secara informal adalah sebagai motivator, edukator, dan fasilitator bagi lansia. Perlu ada peran yang besar dari keluarga sebagai orang yang sangat dekat dengan lansia untuk bisa merawat dengan baik dan bahkan membuat lansia tersebut menjadi mandiri serta sejahtera di masa tuanya. Sebuah keluarga harus menjadi penyemangat kepada lansia untuk menjalani sisa hidupnya dengan baik. Keluarga harus bisa memberikan informasi kesehatan, sehingga lansia bisa mengetahui mana hal yang harus atau tidak dilakukan, keluarga juga harus bisa membimbing, membantu serta memenuhi semua kebutuhannya (Putra & Aisyah, 2010).

Anggota keluarga diharapkan juga dapat membimbing para generasi *baby boomers* dalam hal penggunaan teknologi informasi. Utamanya bagi anggota keluarga dari generasi Z yang lebih familiar dalam pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi. Bencsik, Horváth-Csikós, & Juhász (2016) mendefinisikan generasi Z adalah masyarakat yang lahir pada rentang tahun 1995 – 2010.

Generasi Z dianggap sebagai *digital native* karena mereka lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga informasi dan teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, dan hal tersebut berpengaruh terhadap nilai – nilai, pandangan serta tujuan hidup mereka (Bencsik & Machova, 2016).

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena peneliti ingin mendapatkan gambaran mengenai peran anggota keluarga dalam meningkatkan kemampuan literasi media melalui grup WhatsApp pada *baby boomers* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sugiyono, (2017) mendefinisikan penelitian dengan metode kualitatif adalah penelitian yang memaparkan fenomena yang terjadi di lapangan dengan apa adanya dan menggunakan metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian dengan metode kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam. Penelitian kualitatif tidak mengutamakan besar populasi (kuantitas) melainkan lebih mengutamakan persoalan kedalaman data yang diperoleh (kualitas) (Kriyantono, 2010).

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih dan menentukan informan. *Purposive sampling* merupakan cara untuk menyeleksi dan menetapkan informan berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan oleh peneliti. Penetapan kriteria informan didasarkan pada tujuan penelitian. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam penelitian yang lebih mengutamakan data yang mendalam (Kriyantono, 2010). Rekrutmen informan dilakukan dengan memanfaatkan postingan melalui media sosial. Postingan kriteria informan yang dibutuhkan akan dipublikasikan dan disebarluaskan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Penyebaran postingan melalui media sosial dilakukan pada tanggal 25 Mei – 01 Juni 2023. Informan dalam penelitian ini berjumlah 15 orang yang berasal dari tiap kota dan kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Metode analisis merupakan langkah penting dalam penerapan yang diperlukan untuk memperoleh hasil penelitian yang diinginkan. Penelitian ini menggunakan metode analisis data model Miles, Huberman dan Saldana. Menurut (Miles et al., 2014) analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Analisis data pada penelitian ini akan dilakukan mulai dari pengumpulan data sampai pada waktu tertentu. Aktivitas yang dilakukan untuk analisis data yaitu, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasi. Data dalam penelitian perlu untuk dijaga kualitas dan keabsahannya. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi dengan sumber yaitu membandingkan dan memeriksa kembali kebenaran sebuah informasi yang diperoleh melalui sumber datanya. Hal tersebut dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui observasi dengan data yang diperoleh melalui wawancara, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang memiliki topik yang berkaitan (Moloeng, 2017).

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Pengalaman Anggota Keluarga dalam Membantu Generasi *Baby Boomers* Melakukan Literasi Media

Kemampuan kognitif para generasi *baby boomers* semakin menurun seiring dengan pertambahan usia mereka, begitu juga dengan kemampuan dalam mengidentifikasi dan menyaring suatu informasi (Abrar, 2020). Hal tersebut menyebabkan banyak generasi *baby boomers* yang dengan sengaja atau tanpa sengaja membagikan berita yang belum tentu benar. Anggota keluarga sebagai orang terdekat memiliki peran untuk memberikan pemahaman mengenai literasi media.

Berikut dijabarkan mengenai gambaran terkait pengalaman anggota keluarga dalam membantu generasi *baby boomers* melakukan literasi media. Kegiatan literasi media yang dilakukan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Potter (2015) yang menyatakan bahwa ada 4 keterampilan utama dalam literasi media diantaranya adalah mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan kembali sebuah informasi menggunakan media komunikasi secara efektif.

Pengalaman dari para anggota keluarga dalam membantu generasi *baby boomers* melakukan literasi media melalui grup WhatsApp dijelaskan secara bertahap. Dimulai dari proses mengajarkan cara mengakses informasi, dilanjutkan dengan proses menganalisis informasi yang diterima, kemudian dilakukan proses evaluasi atau memberikan penilaian apakah informasi yang diterima benar atau tidak, yang terakhir adalah tahap mengomunikasikan kembali sebuah informasi baik secara langsung maupun dengan diubah ke bentuk atau media lain dan juga ditentukan sasaran yang tepat bagi siapa yang akan menerima informasi tersebut.

#### 4.1.1 Akses Informasi

Akses informasi merupakan proses pertama dalam melakukan literasi media sebagaimana telah dikemukakan oleh Potter (2015) bahwa ada 4 keterampilan utama dalam literasi media diantaranya adalah mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan kembali sebuah informasi menggunakan media komunikasi secara efektif. Akses informasi merupakan bentuk keterampilan pertama dalam kegiatan literasi media. Akses informasi diartikan sebagai sarana yang memungkinkan individu untuk mendapatkan informasi dari sumber yang relevan guna mendapatkan bukti yang menghasilkan pengetahuan yang diinginkan (Buckland, 1991). Anggota keluarga diberikan pertanyaan terkait intensitas para *baby boomers* dalam mengakses informasi dan menyebarkannya melalui grup WhatsApp. Jawaban yang didapatkan cukup beragam, namun sebagian besar informan menyatakan bahwa generasi *baby boomers* di keluarga mereka sering mengirimkan informasi ke grup WhatsApp.

Sebagaimana telah diketahui bahwa grup WhatsApp banyak dimanfaatkan untuk mempererat hubungan antar anggota, meningkatkan kepercayaan diri para anggotanya, tempat untuk memberi dan menerima perhatian, mengingatkan setiap anggota akan suatu hal, dan saling bertukar pesan atau informasi. (Prasanti & Indriani, 2018). Para generasi *baby bommers* juga memanfaatkan grup

WhatsApp untuk bertukar informasi kepada anggota keluarganya dengan secara intens membagikan informasi melalui grup WhatsApp keluarga.

Informasi yang diakses oleh generasi *baby boomers* memiliki jenis atau topik yang beragam. Para informan ditanyakan mengenai jenis atau topik informasi apa yang sering diakses dan juga disebarkan oleh generasi *baby boomers* di keluarga mereka. Para informan menyebutkan lebih dari satu topik informasi. Berbagai jawaban yang didapatkan dari proses wawancara dengan para informan sesuai dengan pernyataan Ijiekhuamhen dkk (2016) bahwa informasi yang diinginkan seseorang biasanya berhubungan dengan kehidupan sehari-hari termasuk kondisi kesehatan, keuangan, kebijakan pemerintah, urusan terkini, dan transportasi. Terbukti bahwa topik informasi yang sering diakses dan disebarkan oleh para generasi *baby boomers* berupa berita terkini, informasi seputar kesehatan, pendidikan, politik, keagamaan, dan pekerjaan.

WhatsApp memiliki berbagai fitur untuk mengirimkan berbagai bentuk informasi seperti pesan teks, pesan suara, foto, video, dan sebagainya. Bentuk informasi yang diakses dan disebarkan melalui grup WhatsApp oleh para generasi *baby boomers* tentunya juga beragam. Para informan diberikan pertanyaan mengenai bentuk informasi seperti apa yang sering diakses dan juga disebarkan oleh generasi *baby boomers* di keluarga mereka. Informan memberikan jawaban dengan menyebutkan lebih dari satu bentuk informasi. Berdasarkan jawaban yang didapatkan dari proses wawancara dengan para informan, bentuk informasi yang sering disebarkan oleh generasi *baby boomers* di keluarga mereka melalui grup WhatsApp meliputi tautan postingan dari media sosial lain, video, foto, dan juga pesan terusan yang berasal dari grup WhatsApp lain. Pernyataan di atas juga menunjukkan bahwa fitur yang digunakan oleh para generasi *baby boomers* ketika membagikan informasi di grup WhatsApp sangat beragam.

Generasi *baby boomers* mengakses berbagai informasi dari berbagai sumber sebelum menyebarkannya ke grup WhatsApp. Para informan ditanya tentang sumber informasi yang sering diakses oleh para generasi *baby boomers* di keluarga mereka. Mayoritas jawaban yang didapat, sumber informasi yang paling sering diakses adalah media sosial lain seperti Facebook, Instagram, Youtube, Tik-Tok, dan sebagainya. Hal ini selaras dengan pernyataan Widiastuti (2019) yang mengungkapkan bahwa media sosial merupakan platform yang paling sering diandalkan masyarakat dalam mencari berita, karena para pengguna media sosial dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan informasi, serta lebih cepat dalam mendapatkan informasi. Jawaban lain yang didapatkan dari para informan terkait sumber berita yang sering diakses oleh generasi *baby boomers* adalah portal berita *online*. Didasarkan pada pernyataan Romli (2018) bahwa selain media sosial, portal berita *online* juga menjadi salah satu sumber informasi yang banyak diakses oleh masyarakat. Kemudahan dan kecepatan penyajian berita yang memuat informasi aktual pada saat berita tersebut diterbitkan atau diunggah dan dapat dilihat oleh publik pada saat itu juga menjadi keunggulan dari portal berita *online*. Berdasarkan pernyataan para informan, akses informasi *baby boomers* terhadap informasi termasuk sangat intens dan juga dengan bentuk, jenis, dan dari sumber yang beragam.



Para informan juga diminta memberikan penjelasan mengenai pengalaman ketika mengajarkan generasi baby boomers di keluarga mereka untuk mengakses informasi yang baik dan efektif. Proses akses informasi yang diajarkan oleh anggota keluarga pada generasi *baby boomers* meliputi penentuan topik, bentuk, dan sumber informasi. Hal tersebut dikemukakan oleh beberapa informan. Jawaban para informan tersebut sesuai dengan pernyataan Landøy, Popa, & Repanovici (2020) bahwa proses mengakses informasi didasarkan pada dua elemen yaitu mendefinisikan dan menguraikan kebutuhan informasi; dan menentukan lokasi/pengambilan informasi. Para informan telah mengajarkan cara menentukan topik informasi yang diinginkan dan juga mengarahkan para generasi *baby boomer* di keluarga mereka untuk mengakses sumber informasi yang relevan dan terpercaya.

Metode yang digunakan oleh para anggota keluarga dalam mengajarkan cara mengakses informasi adalah dengan memberikan contoh secara langsung. Pembelajaran dengan cara pemberian contoh dan instruksi ini telah sesuai dengan Xiong & Zuo (2019) bahwasanya instruksi tentang cara menggunakan internet adalah salah satu bentuk dukungan yang penting bagi generasi *baby boomers* dalam meningkatkan keterampilan mereka mengakses internet.

#### 4.1.2 Analisis Informasi

Salah satu keterampilan yang dibutuhkan agar kesadaran kritis dan literasi media dapat tercapai dikemukakan oleh Potter (2015) adalah kemampuan analisis, yaitu kemampuan dalam menguraikan informasi yang kita terima. Analisis informasi adalah proses menelaah informasi yang didapat dengan memahami isi dan maksud dari informasi tersebut. Analisis informasi dapat dikatakan sebagai bagian dari proses evaluasi informasi. Para informan ditanyakan mengenai bagaimana proses mereka dalam menganalisis sebuah informasi dan juga bagaimana cara mereka membantu generasi *baby boomers* di keluarga mereka melakukan analisis informasi.

Beberapa informan, menyatakan bahwa mereka melakukan analisis dengan memahami isi informasi dan melihat sumber informasi tersebut. Ketika mengajarkan proses analisis, anggota keluarga dari generasi *baby boomers* juga mengungkapkan bahwa dirinya menghimbau generasi *baby boomers* di keluarganya untuk memahami isi informasinya lebih dulu dan juga memeriksa sumber informasinya. Banyak pernyataan yang serupa yakni mereka melakukan cek terhadap sumber informasinya terlebih dahulu. Cara yang dilakukan oleh para informan termasuk dalam salah satu bentuk evaluasi informasi dalam aspek publikasi. Didasarkan pada petunjuk “Evaluating Resource” yang dikeluarkan oleh Perpustakaan Berkeley, Universitas California. Aspek publikasi dimaksudkan untuk memperhatikan tempat informasi tersebut dipublikasikan (Instruction Services Division, 2022).

Informan lain juga menjelaskan mengenai caranya mengajarkan analisis informasi kepada generasi baby boomers di keluarganya yakni dengan meminta untuk memperhatikan struktur kalimat atau format penulisannya. Merujuk kembali pada petunjuk “Evaluating Resource” yang dikeluarkan

oleh Perpustakaan Berkeley, Universitas California, aspek format juga menjadi perhatian untuk menganalisis kebenaran suatu informasi (Instruction Services Division, 2022). Cara lain dalam menganalisis informasi yang dilakukan dan diajarkan adalah dengan memeriksa syarat dan ketentuan yang berlaku, dan juga memeriksa nomor pengirim pesan. Dengan begitu resiko berita yang tidak benar untuk tersebar dapat diminimalisir. Jawaban tersebut dapat termasuk dalam aspek penulis (*authority*), sebab informan memeriksa kontak pengirim atau pembuat informasi (Instruction Services Division, 2022).

Selain itu, cara menganalisis informasi yang dilakukan adalah membandingkan informasi serupa dari satu media dengan media lain. Seperti pernyataan Hani sebagai informan, “Saya cek ulang di Google atau platform media sosial lain seperti twitter” (wawancara dengan Hani, 03 Juni 2023). Hani juga mengungkapkan jika dirinya juga mengajari generasi *baby boomers* di keluarganya untuk melakukan perbandingan informasi dengan platform lain terlebih dahulu. Jawaban tersebut menunjukkan bahwa para informan memenuhi salah satu aspek kemampuan *digital skill* yakni terbiasa membandingkan berbagai sumber informasi untuk memverifikasi kebenaran berita yang diterima (Kominfo, 2022). Cara lain yang dilakukan dan diajarkan dalam proses analisis informasi oleh anggota keluarga dari generasi *baby boomers* adalah dengan menanyakan kepada orang yang lebih *update* terhadap informasi terkini.

Berdasarkan uraian di atas proses yang dilakukan oleh anggota keluarga dari generasi *baby boomers* dalam melakukan dan mengajarkan analisis informasi yakni dengan meminta memahami isi informasi, memperhatikan format penyajian informasi, memeriksa kredibilitas sumber informasi, membandingkan dengan platform lain, dan menanyakan kepada orang yang dirasa lebih paham dan *update* terkait info terkini.

#### 4.1.3 Evaluasi Informasi

Evaluasi informasi merupakan proses memeriksa kembali secara keseluruhan dan memberikan penilaian apakah informasi yang diterima benar atau salah sebelum dilanjutkan untuk menyebarkan ke orang lain. Para informan ditanyakan mengenai bagaimana cara mereka membimbing generasi *baby boomers* di keluarga mereka untuk melakukan evaluasi informasi. Jawaban yang didapat berupa penjelasan terkait praktik para anggota keluarga ketika membantu generasi *baby boomers* dalam mengevaluasi informasi.

Proses evaluasi informasi dilakukan setelah memahami isi informasi melalui proses analisis. Ketika seseorang sudah mengerti isi informasi yang diterima, tentunya dapat memberikan penilaian terhadap informasi tersebut benar atau salah untuk nantinya dapat disebarkan atau dihentikan penyebarannya. Melansir dari berita survey literasi digital oleh Kominfo tahun 2022, salah satu aspek dalam kemampuan literasi media digital (*digital skill*) adalah dapat membedakan informasi yang diterima dari media itu benar atau salah (Kominfo, 2022). Perlu adanya pemahaman mengenai ciri-ciri berita hoaks. Hal tersebut telah dilakukan oleh beberapa informan yang menyatakan bahwa mereka memberikan informasi kepada generasi *baby boomers* di keluarganya terkait kriteria

informasi yang palsu seperti apa, sehingga nantinya generasi *baby boomers* di keluarganya dapat memberikan penilaian terhadap informasi yang diterimanya berdasarkan kriteria yang telah disampaikan.

Berdasarkan berbagai jawaban yang didapat dari para informan, cara yang digunakan untuk mengajari generasi *baby boomers* oleh anggota keluarga dalam melakukan evaluasi informasi adalah dengan memberikan pemahaman mengenai ciri-ciri informasi yang palsu dan juga yang benar, selanjutnya memberikan penjelasan mengenai berbagai model modus penipuan melalui aplikasi WhatsApp, kemudian dengan memberi pemahaman untuk memperhatikan syarat dan ketentuan dalam informasi yang diterima jika berkaitan dengan promo atau hadiah. Cara lainnya adalah dengan memberi tahu untuk mengakses pada situs berita yang resmi dan terpercaya. Tujuan akhir yang diharapkan tentunya agar para generasi *baby boomers* dapat memberikan penilaian terhadap informasi yang diterimanya, membedakan antara yang palsu dan yang terpercaya, serta dapat mencegah semakin tersebarnya berita yang tidak benar.

Berbagai cara yang telah dijabarkan oleh para informan sebagai bentuk pembelajaran bagi generasi *baby boomers* di keluarga mereka tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pecho-Ninapaytan, Zambrano-Zuta, & Vargas-Bianchi, (2021) bahwasanya anak-anak dari para generasi *baby boomers* melakukan bimbingan untuk mengidentifikasi sebuah informasi yang diterima dan juga sumber informasi untuk menginformasi kebenaran berita.

#### **4.1.4 Mengomunikasikan Kembali Informasi**

Mengomunikasikan kembali informasi adalah tindakan menyebarkan informasi yang diperoleh dari suatu media kepada orang lain baik secara langsung maupun diubah ke bentuk atau media lain. Para informan diberikan pertanyaan mengenai bagaimanakah proses generasi *baby boomers* di keluarga mereka mengomunikasikan kembali informasi yang telah mereka dapatkan melalui grup WhatsApp. Mayoritas jawaban yang didapatkan adalah para generasi *baby boomers* biasa mengomunikasikan informasi yang mereka dapat dengan memberi tahu langsung kepada anggota keluarga. Namun ada juga yang dikomunikasikan kembali berupa pesan terusan ke grup WhatsApp dan menyebarkan tautan situs yang didapat secara langsung melalui pesan chat.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa teknik komunikasi yang dilakukan oleh para generasi *baby boomers* sesuai dengan bentuk informasi yang diungkapkan oleh Citroboto (1979) bahwa komunikasi bisa digolongkan dalam beberapa bentuk diantaranya adalah komunikasi secara langsung (tatap muka) dan komunikasi secara tidak langsung (mengggunakan perantara media komunikasi). Para generasi *baby boomers* mengomunikasikan kembali informasi yang telah mereka terima secara langsung dan melalui media komunikasi.

Para informan juga ditanyakan mengenai cara mereka mengajari generasi *baby boomers* di keluarga mereka dalam mengomunikasikan kembali informasi yang telah didapat. Hal yang dilakukan adalah memberikan himbauan kembali apakah informasi yang diterima penting dan harus disebarkan lagi atau tidak. Para informan juga menyebutkan metode mereka untuk menyebarkan

informasi yaitu dengan mengenalkan penggunaan fitur pesan terusan dan pesan siaran yang ada pada aplikasi Whatsapp. Selain menggunakan fitur pesan terusan dan pesan siaran, informan lain mengajarkan cara menyalin pesan atau yang biasa dikenal dengan istilah “*copy paste*”.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa para anggota keluarga memberikan instruksi atau tutorial terkait pemanfaatan fitur pada WhatsApp. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Xiong & Zuo (2019) bahwasanya instruksi tentang cara menggunakan internet adalah salah satu bentuk dukungan yang penting bagi generasi *baby boomers* dalam meningkatkan keterampilan mereka mengakses internet.

Ketika melakukan penyebaran informasi yang telah didapat atau istilahnya mengomunikasikan kembali, anggota keluarga dari generasi *baby boomers* juga memperhatikan kemanakah pesan itu harus disebar. Dengan melakukan hal tersebut, persebaran informasi bisa tepat sasaran. Komunikasi yang tepat sasaran adalah kunci tercapainya komunikasi efektif sebagaimana pendapat Rifai (2020) bahwa komunikasi dikatakan efektif apabila tepat sasaran, berdaya guna, dan mencapai tujuan yang diinginkan.

#### **4.2 Pentingnya Peran Anggota Keluarga dalam Meningkatkan Kemampuan Literasi Media pada Generasi *Baby Boomers***

Generasi *baby boomers* sebagai imigran teknologi memiliki keterbatasan dalam beradaptasi untuk menggunakan teknologi. Sehingga perlu adanya pendampingan dari orang terdekat yang dapat membantu mereka melakukan proses literasi media dengan baik. Orang terdekat bagi generasi *baby boomers* adalah anggota keluarga dan kerabatnya. Utamanya bagi anggota keluarga dari generasi Z yang lebih familiar dalam pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi. Generasi Z dianggap sebagai *digital native* karena mereka lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga informasi dan teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka (Bencsik & Machova, 2016). Oleh karena itu anggota keluarga dari generasi Z dihibing untuk bisa melakukan pembimbingan terhadap generasi *baby boomers* dalam melakukan literasi media.

Semua informan menyatakan bahwa bimbingan terhadap generasi *baby boomers* dalam melakukan literasi media sangat diperlukan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Putra dan Aisyah (2010) yakni perlu ada peran yang besar dari keluarga sebagai orang yang sangat dekat dengan lansia untuk bisa merawat dengan baik dan bahkan membuat lansia tersebut menjadi mandiri serta sejahtera di masa tuanya. Keluarga harus bisa memberikan informasi kesehatan, sehingga lansia bisa mengetahui mana hal yang harus atau tidak dilakukan, keluarga juga harus bisa membimbing, membantu serta memenuhi semua kebutuhannya.

Anggota keluarga memang memiliki peran yang penting dalam membantu generasi *baby boomers* untuk memeriksa kebenaran informasi yang diterima. Para informan ditanyai mengenai contoh kejadian yang mereka alami berkenaan dengan generasi *baby boomers* di keluarga mereka

yang membagikan informasi hoaks dan Tindakan apa yang mereka lakukan untuk mengatasi hal tersebut. Contoh kasus yang dialami oleh sembilan informan yakni saat masa pandemi Covid-19, banyak beredar berbagai pesan terusan melalui grup WhatsApp berisikan informasi hoaks terkait Covid-19. Ketika generasi *baby boomers* membagikan berita yang belum jelas kebenarannya, para informan sebagai anggota keluarga yang lebih kritis dan *update* mengenai info terkini segera melakukan tindakan untuk memverifikasi berita tersebut dengan memeriksa sumber informasinya dan mengakses situs atau akun resmi Kominfo dan Kemenkes. Setelah memastikan bahwa berita tersebut merupakan berita hoaks, kemudian anggota keluarga menginfokan melalui grup whasApp keluarga bahwa berita tersebut tidak benar dan menghimbau untuk tidak menyebarkan kepada orang lain. Hal tersebut tentu dilakukan untuk mencegah para generasi *baby boomers* menyebarkan berita yang tidak benar.

Contoh kasus lain yang dialami oleh enam informan lain yaitu generasi *baby boomers* di keluarga mereka membagikan pesan terusan mengenai pendaftaran penerima bantuan sosial. tindakan yang dilakukan oleh informan selaku anggota keluarga ketika generasi baby boomers membagikan informasi yang ternyata hoaks. Tindakan yang dilakukan adalah memberikan tautan situs resmi dari kominfo yang menyatakan bahwa berita tersebut adalah hoaks. Informan lain juga bertindak dengan mengingatkan kepada para generasi *baby boomers* di keluarga mereka untuk tidak mengirimkan identitas pribadi kepada orang yang tidak dikenal. Anggota keluarga kemudian menginfokan kepada generasi *baby boomers* di keluarga mereka untuk tidak menyebarkan kepada orang lain setelah memastikan jika berita tersebut tidak benar

Berdasarkan uraian mengenai contoh kasus dan tindakan yang dilakukan para anggota keluarga dari generasi *baby boomers* tersebut, dapat dilihat bahwa para informan telah melakukan perannya membantu proses literasi media pada generasi *baby boomers* dengan mengonfirmasi kebenaran informasi yang dikirimkan pada grup WhatsApp keluarga. Memberikan himbauan untuk tidak membagikan lagi informasi hoaks yang diterima, dan berhati-hati terhadap pesan yang meminta mengisi identitas pribadi juga merupakan bentuk peran yang dilakukan oleh para informan sebagai anggota keluarga dari generasi *baby boomers*.

Karakteristik *baby boomers* yaitu cenderung mandiri, idealis, dan individual (Kupperschmidt, 2000) sehingga sering merasa paling benar cukup sulit untuk diingatkan. Hal tersebut menjadi salah satu tantangan tersendiri dalam membantu generasi *baby boomers* melakukan literasi media. Maka perlu proses bimbingan yang baik dan dengan bahasa yang tidak menyinggung serta diingatkan oleh orang-orang terdekat. Sebagaimana pernyataan beberapa informan, bahwasanya para lansia atau generasi *baby boomers* akan lebih mudah diedukasi oleh orang terdekat. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Xiong & Zuo (2019) bahwasanya ketika seorang lansia (*baby boomers*) mengalami masalah dalam penggunaan teknologi informasi, mereka akan mencari bantuan dari anggota keluarga mereka terlebih dahulu. Didukung pula dengan pernyataan dari

Tutiasri & Kusuma (2020) bahwa generasi tua mengakui, mereka lebih percaya kepada anggota grup keluarga ketika diingatkan tentang informasi hoaks.

Para informan diberikan pertanyaan mengenai siapakah yang paling sering membantu generasi baby boomers di keluarga mereka dalam melakukan literasi media, jawaban yang didapat mayoritas mengatakan bahwa diri mereka sendiri yang paling sering mengingatkan dan mengajarkan proses literasi media kepada generasi baby boomers di keluarga, Hal tersebut disebabkan karena merekalah yang lebih paham mengenai penggunaan teknologi dan tentunya lebih waspada ketika mendapat informasi dari media sosial. Pernyataan di atas selaras dengan pendapat bahwa generasi *baby boomers* kurang percaya diri dengan kemampuan mereka untuk mengidentifikasi kepaluan sebuah berita, jika dibandingkan dengan generasi muda milenial (Visentin, Pizzi, & Pichierri, 2019). Oleh karena itu peran anggota keluarga yang lebih muda dan lebih paham mengenai teknologi dan mengidentifikasi kebenaran informasi sangat dibutuhkan. Tindakan yang dilakukan para anggota keluarga dari generasi *baby boomers* ini bertujuan untuk menghindarkan para generasi *baby boomers* di keluarga mereka dari penyebaran berita hoaks atau informasi yang belum pasti kebenarannya.

Para anggota keluarga dari generasi *baby boomers* ini telah melaksanakan peran mereka dengan cukup baik. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Putra dan Aisyah (2010) bahwa peran keluarga secara informal adalah sebagai motivator, edukator, dan fasilitator bagi lansia. Peran anggota keluarga sebagai motivator diawali dengan memotivasi generasi *baby boomers* di keluarga mereka untuk menggunakan WhatsApp sebagai media komunikasi. Tindakan lain yang menunjukkan peran sebagai motivator yaitu dengan memberikan himbauan kepada generasi *baby boomers* di keluarga mereka untuk berhati-hati saat mengakses dan menyebarkan informasi ke grup WhatsApp ataupun media lain dan juga memberikan pengingat untuk selalu memeriksa konten informasinya terlebih dahulu. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pecho-Ninapaytan, A., Zambrano-Zuta, S., & Vargas-Bianchi, L. (2021) yang menyatakan bahwa anak-anak dari para generasi *baby boomers* telah memotivasi mereka untuk memiliki akun media sosial yang bertujuan agar terhubung dengan anggota keluarga atau teman lama yang terpisah jarak. Anak-anak mereka juga mendorong pengembangan pola berpikir kritis agar para generasi *baby boomers* mempertanyakan postingan yang mereka terima kedepannya.

Peran sebagai edukator ditunjukkan melalui bimbingan untuk membedakan informasi yang benar atau tidak dengan tahapan analisis dan evaluasi informasi sebelum nantinya disebarkan ke orang lain. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Pecho-Ninapaytan, A., Zambrano-Zuta, S., & Vargas-Bianchi, L. (2021) para generasi *baby boomers* mendapatkan bimbingan dari anak-anak mereka dalam penggunaan media sosial dan juga mendapatkan panduan untuk menghindari memposting berita yang mungkin tidak benar. Peran anggota keluarga sebagai fasilitator ditunjukkan dengan memfasilitasi para generasi *baby boomers* di keluarga mereka untuk mengakses informasi dan juga sebagai tempat bertanya atau informan terdekat. Anggota keluarga memiliki peran penting untuk mengawasi para generasi *baby boomers* di keluarganya terkait penggunaan gawai dan juga

akses informasi. Mengingat bahwa banyak bentuk kejahatan seperti penipuan dan juga berbagai informasi palsu yang beredar melalui internet, anggota keluarga perlu memberikan bimbingan untuk generasi *baby boomers*.

## 5. Simpulan

Gambaran mengenai peran keluarga dalam meningkatkan kemampuan literasi media telah didapatkan melalui pemaparan pengalaman para anggota keluarga dari generasi *baby boomers* yang telah membantu melakukan literasi media. Tindakan yang dilakukan selaras dengan teori yang diuraikan dalam penelitian ini. Proses literasi media yang diajarkan meliputi proses mengakses informasi, menganalisis informasi, mengevaluasi atau memberikan penilaian terhadap suatu informasi, dan juga proses mengomunikasikan informasi baik dalam bentuk atau media lain.

Proses mengajarkan akses informasi meliputi penentuan topik informasi, bentuk informasi, dan sumber informasi yang kredibel. Proses mengajarkan analisis informasi adalah dengan mengajarkan cara memahami isi dan format berita terlebih dahulu, membandingkan informasi serupa pada platform lain, dan menanyakan terlebih dahulu kepada orang yang lebih paham atau *update*. Proses pengajaran evaluasi informasi dilakukan dengan memberikan pemahaman mengenai ciri-ciri berita yang palsu dan berita yang benar, sehingga para generasi *baby boomers* memberikan penilaian terhadap sebuah informasi sebelum menyebarkannya. Proses mengajarkan cara untuk mengomunikasikan kembali sebuah informasi dengan memperhatikan sasaran atau untuk siapa informasi tersebut ditujukan, agar tepat sasaran dan dapat diterima dan dipahami dengan baik. Penelitian ini juga menunjukkan peran yang telah dilakukan oleh anggota keluarga dalam membantu untuk meningkatkan kemampuan literasi media pada generasi *baby boomers* di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya melalui grup WhatsApp.

Peran anggota keluarga sebagai motivator ditunjukkan melalui tindakan memotivasi generasi *baby boomers* di keluarga mereka untuk menggunakan WhatsApp sebagai media komunikasi, memberikan himbauan kepada generasi *baby boomers* di keluarga mereka untuk berhati-hati saat mengakses dan menyebarkan informasi ke grup WhatsApp ataupun media lain dan juga memberikan pengingat untuk selalu memeriksa konten informasinya terlebih dahulu. Peran sebagai edukator ditunjukkan melalui bimbingan untuk membedakan informasi yang benar atau tidak dengan tahapan analisis dan evaluasi informasi sebelum nantinya disebarkan ke orang lain. Peran anggota keluarga sebagai fasilitator ditunjukkan dengan memfasilitasi para generasi *baby boomers* di keluarga mereka untuk mengakses informasi dan juga sebagai tempat bertanya atau informan terdekat.

Anggota keluarga memiliki peran penting untuk mengawasi para generasi *baby boomers* di keluarganya terkait penggunaan gawai dan juga akses informasi. Mengingat bahwa banyak bentuk kejahatan seperti penipuan dan juga berbagai informasi palsu yang beredar melalui internet, anggota keluarga perlu memberikan bimbingan untuk generasi *baby boomers* terutama dalam lingkup keluarga. Saran untuk penelitian selanjutnya, dapat mempelajari lebih dalam mengenai hambatan yang dihadapi ketika mengajarkan literasi media kepada para generasi *baby boomers*. Agar nantinya didapatkan metode yang tepat dalam melakukan edukasi tentang literasi media.

## Daftar Pustaka

- About Us / WhatsApp*. (2023). Diakses dari <https://www.whatsapp.com/about>
- Abrar, W. A. (2020). *Literasi Media Sosial Di Kalangan Generasi Baby Boomer di Kota Padang*. Universitas Airlangga.
- Aufderheide, Patricia., & Firestone, C. M. (1993). *Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. 37.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Berita Resmi Statistik: Sensus Penduduk Provinsi DI Yogyakarta Tahun 2020*.
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management. *International Conference on Management, Leadership & Governance; Kidmore End*, 42–50.
- Buckland, M. K. (1991). *Information and information systems*. Bloomsbury Academic.
- Chokshi, N. (2019, 10 Januari). *Older People Shared Fake News on Facebook More Than Others in 2016 Race, Study Says - The New York Times*. Diakses dari <https://www.nytimes.com/2019/01/10/us/politics/facebook-fake-news-2016-election.html>
- Citroboto, S. (1979). *Prinsip-Prinsip dan Teknik Berkomunikasi*. Jakarta: Bhartara Karya Aksara.
- Diskominfo. (2018, 31 Mei). *Pengertian Literasi Media*. Diakses dari <https://diskominfo.badungkab.go.id/artikel/17916-pengertian-literasi-media>
- Ijiekhuamhen, O. P., Edewor, N., Emeka-Ukwu, U., & Egreajena, D. E. (2016). Elderly people and their information needs. *Library Philosophy and Practice*.
- Instruction Services Division. (2022, September 19). *Library Guides: Evaluating Resources: Home*. Berkeley Library, University of California. Diakses dari <https://guides.lib.berkeley.edu/c.php?g=83917&p=539735>
- Jumiatmoko, M. (2016). Whatsapp Messenger dalam Tinjauan Manfaat Dan Adab. *Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 3(1), 51. <https://doi.org/10.21580/WA.V3I1.872>
- Kominfo. (2022). *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Kriyantono, R. (2010). Teknik Praktis Riset Komunikasi. In *Kriyantono, Rachmat*. Prenada Media.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management. *Health Care Manager*, 1(19), 65–76. <https://doi.org/10.1097/00126450-200019010-00011>
- Kusnandar, V. B. (2022, 31 Mei). *Wilayah Mana yang Punya Porsi Penduduk Lansia Terbesar?* Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/31/wilayah-mana-yang-punya-porsi-penduduk-lansia-terbesar>
- Landøy, A., Popa, D., & Repanovici, A. (2020). *Accessing Information*. 39–55. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-34258-6\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-34258-6_4)



- Luce, B. F., & Estabel, L. B. (2020). Letramento Informatonal e Mídias Sociais: Uma Experiência com Idosos Para a Competência Informatonal na Identificação de Fake News. *Revista Brasileira de Pós-Graduação*, 16(35), 1–14. <https://doi.org/10.21713/rbpg.v16i35.1661>
- Miladiyah, A. (2017). *Pemanfaatan WatsApp Messenger Info dalam Pemberian Informasi dan Peningkatan Kinerja pada Sub Bagian Program Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan*. Universitas Hasanuddin.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publication.
- Moloeng, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mustikawati. (2022, October 11). *Pentingnya Dukungan Kesehatan Mental Keluarga Dalam Merawat Lansia*. Tulisan pada <https://dinsospmd.babelprov.go.id/content/pentingnya-dukkungan-kesehatan-mental-keluarga-dalam-merawat-lansia>
- Nuriana, D., Rizkiyah, I., Efendi, L., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2019). Generasi *Baby Boomers* (Lanjut Usia) dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 32–46. <http://jurnal.unpad.ac.id/focus/article/view/23117>
- Pangestika, N. L. (2018). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp terhadap Penyebaran Informasi Pembelajaran di SMA Negeri 5 Depok*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Pecho-Ninapaytan, A., Zambrano-Zuta, S., & Lizardo Vargas-Bianchi, M. (2021). “No, Auntie, that’s False”: *Female Baby Boomers Develop Critical Skills to Confront Fake News with Guidance from Relatives*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2107.12312>
- Potter, J. (2015). *Introduction to Media Literacy*. SAGE Publication.
- Prasanti, D., & Indriani, S. S. (2018). Konvergensi Simbolik Tentang Percakapan Remaja Laki-Laki dalam Media Sosial Group Line. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 4(1), 1-8. DOI: <http://dx.doi.org/10.10358/jk.v4i1.352>
- Putra, H., & Aisyah. (2010). *Hubungan Peran Keluarga Dalam Perawatan Kesehatan Terhadap Status Kesehat Lansia di Wilayah Kerja Puskesmas Mojo Kecamatan Gubeng Surabaya*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Rifai, M. (2020, 19 Juli). *(Membangun) Komunikasi Efektif*. RSUD Dr. Iskak Tulungagung.
- Riyanto, A. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Revisi II). Bandung: Nuansa Cendekia.
- Silverblatt, A. (2018). Media Literacy and Critical Thinking. *International Journal of Media and Information Literacy*, 3(2). <https://doi.org/10.13187/ijmil.2018.2.66>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tutiasri, R. P., & Kusuma, A. (2020). Millennial Generation and Family Literacy Within the Dissemination of Hoax in Whatsapp Group. *Informasi*, 50(2), 153-164. doi:10.21831/informasi.v50i2.28463
- Visentin, M., Pizzi, G., & Pichierri, M. (2019). Fake News, Real Problems for Brands: The Impact of Content Truthfulness and Source Credibility on consumers’ Behavioral Intentions toward the

Advertised Brands. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 99–112.  
<https://doi.org/10.1016/J.INTMAR.2018.09.001>

Widiastuti, N. (2019). Berita Viral di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional. *Jurnal Digital Media & Relationship*, 1(1), 23–30. <https://doi.org/10.51977/jdigital.v1i1.161>

Winarso, B. (2015, 2 Desember). *Apa Itu WhatsApp, Sejarah dan Fitur-fitur Unggulannya?* Tulisan pada <https://hybrid.co.id/post/apa-itu-whatsapp>

Xiong, J., & Zuo, M. (2019). How does Family Support Work When Older Adults Obtain Information from Mobile Internet? *Information Technology and People*, 32(6), 1496–1516.  
<https://doi.org/10.1108/ITP-02-2018-0060>