

LAPORAN AKHIR KEGIATAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



**PELATIHAN PENGELOLAAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI
BAGI KAUM LANSIA**

Disusun oleh:

Ketua Tim

Diah Ayu Candraningrum, S.T., MBA, M.Si
(NIDN: 0323017802 / NIK: 10913003)

Anggota:

Dr. Eko Harry Susanto, M.Si
(NIDN: 0004045807)

Zita Hapsari, S.SPd, M.Si
(NIDN: 0324047006 / NIK: 10908022)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
APRIL 2021

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Periode I / Tahun 2020

1. Judul : Pelatihan Pengelolaan Teknologi Komunikasi Bagi Kaum Lansia
2. Nama Mitra PKM : Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama dan gelar : Diah Ayu Candraningrum, S.T., MBA., M.Si.
 - b. NIK/NIDN : 10913003/0323017802
 - c. Jabatan/gol. : Asisten Ahli
 - d. Program studi : Ilmu Komunikasi
 - e. Fakultas : Ilmu Komunikasi
 - a. Bidang keahlian : Komunikasi Pemasaran
 - f. Alamat kantor : Jl. Letjend. S. Parman No. 1 Grogol Jakarta Barat
 - g. Nomor HP/Telpon : 08164811313
4. Anggota Tim PKM (Dosen)
 - b. Jumlah anggota : Dosen 2 orang
 - h. Nama anggota 1/Keahlian : Dr. Eko Harry Susanto, M.Si / Jurnalistik
 - c. Nama anggota 2/Keahlian : Zita Hapsari, S.SPd, M.Si / Jurnalistik
5. Anggota Tim PKM (Mahasiswa) : Mahasiswa 2 orang
 - a. Nama mahasiswa dan NIM : Terasuci Salona (915170213)
 - b. Nama mahasiswa dan NIM : Devita Novelia (915170122)
6. Lokasi Kegiatan Mitra :
 - a. Wilayah mitra : Jl. Kramat 3 RT 05/RW 10 Kel. Lubang Buaya
Kec. Cipayung
 - b. Kabupaten/kota : Jakarta Timur
 - c. Provinsi : DKI Jakarta
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra : 24 Kilometer
7. Luaran yang dihasilkan : Jurnal Terindeks Nasional
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Januari-Juni 2020
9. Biaya Total :
 - a. Biaya yang diusulkan : Rp 8.500.000,00

Jakarta, 19 April 2021

Mengetahui,
Dekan

Ketua PKM



(Dr. Riris Loisa, M.Si)
NIDN/NIK 0323016805/10907006

(Diah Ayu Candraningrum, S.T., MBA., M.Si)
NIDN/NIK 0323017802/10913003

Menyetujui,
Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

(Jab TjiBeng, PhD)
NIDN/NIK 032085501/10381047

RINGKASAN

Penyebaran berita bohong dan berbagai ujaran kebencian semakin marak belakangan ini. Yang mengejutkan, dari beberapa hasil penelitian, diketahui justru pelaku utama terbesar penyebar berita bohong dan hoaks adalah kalangan masyarakat berusia dewasa dan lanjut usia yakni di atas 65 tahun. Hal ini membuat semua pihak merasa penting untuk bisa memberikan pemahaman kepada kalangan masyarakat dari kelompok lanjut usia (lansia). Karena akibatnya sangat memprihatinkan, dimana salah satu dampaknya adalah orang muda yang menghormati mereka menjadi terhasut dan menganggap apa yang disampaikan oleh orang tua atau orang yang dituakan adalah selalu benar.

Yang menarik, perlu diketahui lebih lanjut alasan apa yang membuat para orang tua ini menyebarkan hoaks. Apakah karena mereka terlibat dalam sebuah kelompok tertentu, atau justru karena ketidaktahuan mereka dalam mengoperasikan perangkat elektronik seperti *mobile phone*. Untuk itu, tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara memandang perlu untuk melaksanakan sebuah kegiatan PKM dengan pesertanya adalah kaum lansia.

Mitra yang digandeng kali ini adalah Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem. Ini adalah komunitas berisi kelompok perempuan paruh baya dan lanjut usia, yang biasa menjalankan kegiatan bersama seperti halnya mengadakan workshop atau sekedar kegiatan senam bersama. Komunitas ini berdomisili di daerah Lubang Buaya, Jakarta Timur dan diketuai oleh Ibu Hertiningsih Yono, seorang istri pensiunan TNI.

Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini adalah bagaimana masyarakat kalangan lanjut usia tersebut menggunakan gadget dengan bijaksana. Tidak asal menerima informasi yang diperoleh dari media sosial, namun mereka juga diajarkan bagaimana melaksanakan cek dan ricek ke beberapa sumber. Lewat kegiatan workshop singkat, kelompok ibu-ibu lanjut usia ini akan diajarkan menggunakan gadget dengan bijaksana. Diharapkan, luaran dari kegiatan ini akan dituangkan dalam sebuah jurnal internasional yang mampu dibaca banyak pihak serta mampu memberikan manfaat dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dan negara.

Kata Kunci: hoaks, lansia, media sosial, teknologi komunikasi

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
Daftar Gambar	vi
Daftar Lampiran.....	vi
1.1. Analisis Situasi.....	1
1.2. Permasalahan Mitra.....	2
1.3. Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait.....	5
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN	7
2.1. Solusi Permasalahan.....	7
2.2. Luaran Kegiatan	8
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	9
3.1. Tahapan atau Solusi	9
3.2. Partisipasi Mitra	10
3.3. Uraian Kepakaran dan Tugas Anggota Tim.....	10
3.4 Rundown Acara.....	11
BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	14
4.1 Hasil Kegiatan	14
4.2 Luaran Kegiatan	15
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	16
DAFTAR PUSTAKA	18
LAMPIRAN.....	19

Daftar Gambar

Gambar 1. Lokasi Mitra	19
Gambar 2. Kegiatan Webinar	20
Gambar 3. Sertifikat Narasumber Eksternal	21
Gambar 4. Sertifikat Dosen Anggota PKM	21
Gambar 5. Sertifikat Dosen Anggota PKM.....	22
Gambar 6. Sertifikat Ketua PKM	22
Gambar 7. Sertifikat Mahasiswa Anggota PKM.....	23
Gambar 8. Sertifikat Mahasiswa Anggota PKM.....	23
Gambar 9. Sertifikat Mahasiswa Anggota PKM	24
Gambar 10. Sertifikat Mitra PKM.....	24

Daftar Lampiran

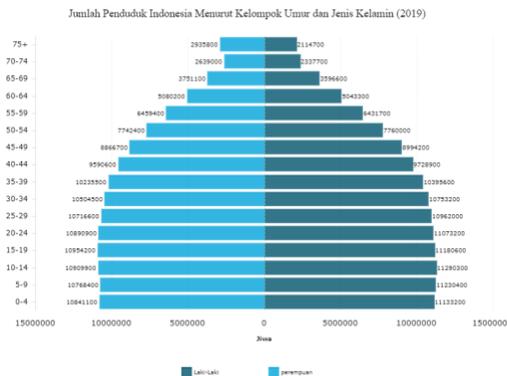
1. Surat Persetujuan Mitra	18
2. Peta Lokasi Mitra Sasaran.....	19
3. Gambaran IPTEK.....	19
4. Kegiatan Webinar.....	20
5. Sertifikat.....	21
6. Materi (PPT).....	24
7. Luaran Kegiatan.....	25

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Pada tahun 2015 jumlah penduduk Indonesia yang berusia diatas 60 tahun berjumlah lebih dari 7 persen dari penduduk, sehingga Indonesia termasuk negara yang berstruktur penduduk yang terdiri dari banyak masyarakat berusia lanjut. Data Susenas 2015 menunjukkan bahwa 8,43 persen, atau 21,5 juta jiwa dari seluruh penduduk Indonesia adalah golongan lansia. Dari data Susenas 2015 juga menunjukkan populasi lansia cenderung stabil atau meningkat setiap tahunnya.

Berdasarkan survei penduduk antar sensus (Suspas) 2015, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2019 diproyeksikan mencapai 266,91 juta jiwa. Indonesia saat ini sedang menikmati masa bonus demografi di mana jumlah penduduk usia produktif lebih banyak dari usia tidak produktif, yakni lebih dari 68% dari total populasi penduduk Indonesia. Adapun penduduk kelompok umur 15 - 64 tahun (usia produktif) sebanyak 183,36 juta jiwa atau sebesar 68,7% dan kelompok umur lebih dari 65 tahun (usia sudah tidak produktif) berjumlah 17,37 juta jiwa atau sebesar 6,51% dari total populasi (Katadata, 2019).



Tabel 1. Jumlah Penduduk Indonesia 2019 Mencapai 267 Juta Jiwa
(sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/04/jumlah-penduduk-indonesia-2019-mencapai-267-juta-jiwa>)

Meskipun ada penurunan jumlah penduduk dalam kelompok lansia, tetapi tidak mengurangi masalah yang dihadapi oleh kaum lansia. Salah satu tantangan dari luar yang dihadapi para lansia saat ini adalah perkembangan teknologi yang sangat cepat. Para lansia, di masa tuanya

harus berhadapan dengan lingkungan yang berbeda dengan lingkungan dulu yang dialaminya. Salah satu yang paling terlihat adalah adanya perbedaan saluran komunikasi baik dalam penerimaan informasi dan berita hingga berkomunikasi dengan keluarga atau kerabat.

Menyadari bahwa jika kaum lansia menutup mata dan telinga, serta membentengi diri dari kemajuan teknologi di era digital akan membuat mereka menjadi warga yang terpinggirkan dan kesulitan untuk hidup di zaman sekarang. Para lansia perlu dibekali dan didampingi untuk bersahabat dengan kemajuan teknologi khususnya dalam konteks komunikasi, agar tetap bisa mengikuti arus perkembangan teknologi. Mereka bahkan perlu didorong untuk bersinergi dengan generasi muda, agar eksistensi lansia dirasakan oleh masyarakat dan melakukan berbagai kegiatan yang bermanfaat untuk masyarakat secara luas.

1.2. Permasalahan Mitra

Era digital adalah zaman di mana manusia menggunakan teknologi digital, yang terwujud dalam berbagai bentuk kemajuan teknologi, antara lain merebaknya penggunaan internet, *computer, handphone, dan gadget*. Seperti yang telah diketahui oleh masyarakat luas, kemajuan teknologi mengakibatkan globalisasi. Perbedaan jarak dan waktu sudah tidak bisa membatasi manusia dalam berinteraksi maupun berkomunikasi. Maka dari itu teknologi komunikasi yang terus berkembang dianggap sebagai alat perpanjangan untuk manusia melakukan komunikasi.

Bailey (2003) menyebut era digital sebagai zaman di mana dunia bergegas (*hurried world*) atau tunggang langgang. Kemajuan teknologi menyebabkan semua hal dapat dilakukan secara cepat. Tuntutan untuk bekerja lebih cepat, bergerak lebih cepat, pengiriman dan transportasi lebih cepat, dan satu hal paling vital adalah komunikasi lebih cepat. Semua aktivitas berlangsung dengan cepat, dengan berbagai akibatnya. Suasana dunia menjadi serba cepat, bergegas dan tunggang langgang (Priyani, 2017).

Berbagai kemudahan karena perkembangan teknologi yang terjadi di era digital, juga mempengaruhi perilaku manusia. Individu yang dilahirkan dan hidup di zaman internet, sering disebut generasi net (*net generation*). Tapscott (2009) mengungkapkan bahwa *net generation* memiliki ciri ciri *playfull, digitally native, green, expressive, personalized, multitasking, networked, self-centered*. Namun disamping ciri ciri itu, kita harus menyadari bahwa kemudahan

dalam mengakses internet dan media sosial serta cepatnya aliran informasi dalam medium tersebut membuat berita hoaks sangat mudah menyebar. Kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan di tahun 2016 lalu, tercatat ada delapan ratus ribu situs yang terindikasi sebagai penyebar berita palsu dan ujaran kebencian. Jumlah ini belum termasuk pemilik akun media sosial yang juga menyebarkan hoaks (Pratama, 2016).

Hoaks dalam kamus Oxford (2017) diartikan sebagai suatu bentuk penipuan yang tujuannya untuk membuat kelucuan atau membawa bahaya. *Hoaks* dalam Bahasa Indonesia berarti berita bohong, informasi palsu, atau kabar dusta. Sedangkan menurut kamus Bahasa Inggris, *hoaks* artinya olok-olok, cerita bohong, dan memberdayakan alias menipu. Tujuan hoaks adalah sekedar lelucon, iseng, hingga membentuk opini publik. Intinya hoaks itu sangat sesat dan menyesarkan, apalagi jika pengguna internet tidak kritis dan langsung membagikan berita yang dibaca kepada pengguna internet lainnya.

Seperti yang telah diketahui bersama, bahwa hoaks paling banyak menyebar melalui media sosial. Satu sisi media sosial dapat meningkatkan hubungan pertemanan yang lebih erat, wadah bisnis *online*, dan lain sebagainya. Sisi lainnya media sosial sering menjadi pemicu beragam masalah seperti maraknya penyebaran hoaks, ujaran kebencian, hasutan, caci maki, adu domba, dan lainnya yang dapat menyebabkan perpecahan bangsa. Media sosial sendiri menurut Van Dijk (2013) adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Juditha, 2018).

Berdasarkan salah satu studi yang dilakukan oleh peneliti di Princeton dan New York University mendapati penyebaran hoaks melalui unggahan salah satu media sosial yang viral yaitu Facebook. Hal ini dinyatakan bahwa penyebar hoaks tidak terkait latar belakang pendidikan, jenis kelamin, dan pandangan politik. Faktor usia justru menjadi faktor utama penyebaran hoaks. Riset yang melibatkan 3.500 responden pengguna Facebook di Amerika Serikat mendapati 11 persen pengguna berusia 65 tahun ke atas berbagi hoaks. Sedangkan 3 persen pengguna berusia 18-29 tahun menyebarkan informasi palsu.

Studi yang dipublikasikan oleh *Science Advances* mencatat dari semua kategori usia, hanya 8.5 persen pengguna yang berbagi setidaknya satu tautan berita hoaks. “ketika kami

mengemukakan temuan usia, banyak orang mengatakan ‘oh iya, itu sudah jelas’,” jelas penulis studi, Andrew Guess. Menurutnya, fakta tersebut menunjukkan hubungan adanya kemampuan kaum lansia dalam mengontrol ideologi politiknya. Terlepas dari semua fakta, menurutnya kaum lansia yang lebih mudah mempercayai dan membagikan kembali berita yang dibacanya. Dalam studi ini peneliti menunjukkan adanya dua teori, pertama orang tua yang menggunakan internet tidak memiliki literasi digital dibandingkan anak muda. Yang kedua, orang tua mengalami penurunan kognitif seiring dengan bertambahnya usia sehingga lebih mudah percaya dengan apa yang mereka lihat (CNN Indonesia, 2019).

Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo), Rudiantara mengatakan generasi *millenials* tidak suka hoaks atau berita bohong. Justru, hoaks lebih cepat menyebar di kalangan generasi yang lebih tua. Beliau juga mengatakan bahwa hoaks pada kaum lansia cepat menyebar karena satu kesepahaman. Rudiantara juga menjelaskan hal ini terjadi karena kaum lansia tidak tahu apakah berita itu hoaks atau bukan. Terlebih berita bohong itu kemudian mereka yakini atau memiliki pemahaman yang sama dengan orang disekitarnya yang berada satu generasi atau lebih tua. “misalkan nih ibu-ibu. Kebanyakan mereka tidak tahu itu hoaks atau bukan, karena dia merasa satu pemahaman dengan informasi yang dia terima, dia *forward* aja,” kata Menkominfo.

Selain itu Menkominfo juga mengingatkan kalau menerima informasi yang belum tentu benar, harus dikonfirmasi dulu. Hal ini dilakukan agar tidak menyesatkan banyak orang dan membuat fitnah. Kebiasaan menyebar hoaks yang dilakukan pada kaum lansia juga dianggap sesuai yang dapat digunakan untuk ghibah. Rudiantara juga mengatakan bahwa penerima informasi harus bisa membedakan antara informasi yang baik atau tidak baik. Jika menyebarkan informasi secara sembarangan biasanya informasi itu menjadi ghibah atau menyebutkan sesuatu yang terdapat pada diri seseorang yang kemudian akan berujung pada *bullying* atau munculnya ujaran kebencian (Shemi, 2018).

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara memandang perlu untuk melaksanakan sebuah kegiatan PKM dengan pesertanya adalah kaum lansia (usia 50-60 tahun). Mitra yang digandeng kali ini adalah Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem. Ini adalah komunitas berisi kelompok perempuan paruh baya dan lanjut usia, yang biasa menjalankan kegiatan bersama seperti halnya mengadakan workshop atau sekedar kegiatan senam bersama.

Komunitas ini berdomisili di daerah Lubang Buaya, Jakarta Timur dan diketuai oleh Ibu Hertiningsih Yono, seorang istri pensiunan TNI.

Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini adalah bagaimana masyarakat kalangan lanjut usia tersebut menggunakan gadget dengan bijaksana. Tidak asal menerima informasi yang diperoleh dari media sosial, namun mereka juga diajarkan bagaimana melaksanakan cek dan ricek ke beberapa sumber. Lewat kegiatan workshop singkat, kelompok ibu-ibu lanjut usia ini akan diajarkan menggunakan gadget dengan bijaksana. Diharapkan, luaran dari kegiatan ini akan dituangkan dalam sebuah jurnal internasional yang mampu dibaca banyak pihak serta mampu memberikan manfaat dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dan negara.

1.3. Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait

Kegiatan PKM ini dilakukan sebagai lanjutan kegiatan dari PKM sebelumnya yang bertema “Workshop Literasi Digital: Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pengembangan *Personal Brand* Remaja” dengan objek siswa SMK Sumbangsih Pariwisata Jakarta Barat. Kegiatan ini dilaksanakan pada 10 November 2017, dengan pembiayaan hibah internal dari Universitas Tarumanagara. Dalam kegiatan ini, diajarkan kepada seluruh siswa dan siswi SMK Sumbangsih Pariwisata Jakarta Barat yang total berjumlah 60 orang tentang bagaimana menggunakan media sosial yang baik untuk membangun *personal brand* pada kalangan remaja.

Dalam kegiatan ini diketahui bahwa belum semua remaja memiliki pengetahuan tentang bagaimana menggunakan media sosial dengan baik dan benar. Mereka hanya mengetahui bahwa media sosial dapat digunakan untuk memasang status, mengunggah foto dan video, untuk kemudian saling memberi komentar. Mereka sangat bangga jika foto atau video yang mereka unggah mendapatkan banyak komentar atau tombol “like” dari rekan-rekannya.

Kalangan remaja tersebut juga memiliki keingintahuan tinggi terhadap penggunaan media sosial yang baik, supaya mereka terhindar dari kejahatan seksual yang banyak terjadi di dunia online. Mereka juga berusaha terhindar dari penipuan dalam bisnis online yang tengah marak terjadi, yang membuat posisi mereka sebagai konsumen menjadi lemah.

Salah satu manfaat lain jika dapat menggunakan media sosial dengan cerdas adalah kemungkinan menjadi *endorser* atau *influencer* untuk sebuah produk. Syarat paling penting hanya satu, yakni memiliki jumlah pengikut dan anggota atau pelanggan (*subscribers*) yang banyak

sehingga materi apapun yang diunggah di media sosial tersebut akan dapat dilihat oleh banyak pengikut tadi. Hal ini penting karena saat ini banyak produk atau merek yang menggunakan strategi promosi lewat sosok yang dekat dengan masyarakat seperti selebgram atau *youtubers* ini.

BAB II SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1. Solusi Permasalahan

Kaum lansia pria dan wanita yang tergabung dalam perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem ini telah berkumpul sejak perkumpulan ini berdiri, yakni sekitar 20 tahun lalu. Perkumpulan ini mempunyai anggota sekitar 70 orang lansia, yang berumur di atas 50 tahun. Agar tetap sehat dan tidak cepat pikun, kegiatan rutin yang sering dilakukan adalah olahraga bersama. Tentunya jenis olahraga yang disesuaikan dengan tingkat umur dan kemampuan fisik para lansia ini. Lewat kegiatan olahraga ini, menjadi sarana untuk bertemu dan bersosialisasi dengan sesama lansia. Manfaat yang diperoleh, tak hanya tubuh, tetapi juga pikiran dan jiwa turut menjadi tetap sehat.

Perkumpulan Mutiara Gandem Marem berpusat di Jalan Kramat 3 05/RW 10 Kelurahan Lubang Buaya, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur dan sekarang di bawah kepemimpinan ibu Hj. Ertiningsih Yono. Ibu yang berusia 59 tahun ini aktif menjadi anggota Persatuan Olahraga Pernapasan Indonesia, dan menjadi penggerak para lansia untuk selalu sehat dengan olahraga, seperti senam. Setiap Jumat pagi diselenggarakan senam bersama di Kelurahan Lubang Buaya. Ternyata, pesertanya tak hanya lansia tetapi juga wanita usia di bawah pertengahan abad. Mereka berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan ada juga karyawan.

Selain senam, para lansia ini juga aktif dalam kegiatan sosial, seperti memberi santunan kepada para panti. Sumber dananya dari mengumpulkan sumbangan sukarela setiap hari Jumat yang disebut dengan Jumat Barokah. Sebuah kegiatan untuk berbagi dengan saudara-saudara yang kurang mampu.

Seperti dijelaskan dalam bagian sebelumnya, identifikasi masalah utama yang dialami oleh Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem adalah sebagai berikut : (1) Ketidaktahuan kalangan masyarakat usia lanjut (lansia) dalam menggunakan media sosial dengan bijaksana. Hal ini termasuk di dalamnya adalah ketidakmampuan dalam memilih informasi yang benar dan salah, juga ketidakmampuan dalam melakukan cek dan ricek akan kebenaran sebuah informasi. (2) Kesulitan dalam mengubah perilaku dalam menyebarkan informasi, sebelum mengetahui kebenaran akan informasi yang akan disebarluaskan tersebut.

Atas permasalahan yang dihadapi oleh anggota Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem selaku peserta PKM, Tim PKM dari Fikom Untar memberikan solusi sebagai berikut: (1) Menjelaskan fenomena perkembangan media baru dengan maraknya penggunaan media sosial,

dimana di dalamnya berisi beragam jenis informasi. (2) Memperkenalkan metode cek dan ricek sederhana lewat perangkat telepon genggam.

Untuk menjelaskan cara melakukan cek dan ricek, perlu dilakukan oleh praktisi yang terbiasa mengurus soal tersebut, salah satunya Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo). Organisasi ini merupakan organisasi masyarakat sipil yang didirikan pada tanggal 19 November 2016, namun sudah aktif melakukan penolakan terhadap hoaks sejak 2015 lalu. Komunitas ini telah memelopori banyak inisiatif anti hoaks, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, serta pengetahuan masyarakat dalam memfilter berbagai informasi yang belum pasti kebenarannya, tersebar melalui aplikasi *chatting* ataupun media sosial (Dilla & Candraningrum, 2019). Karena itu, dalam kegiatan ini, Tim PKM Fikom Untar akan mengajak pembicara dari Mafindo untuk memberi penjelasan dalam kegiatan PKM ini.

Target tujuan yang diharapkan akan mampu tercapai adalah kalangan orang tua anggota Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem ini akan memiliki pengetahuan baru tentang bagaimana menggunakan telepon genggam yang tepat. Selain itu, mereka juga akan memiliki kemampuan untuk melakukan cek dan ricek informasi, sehingga mampu mengurangi penyebaran hoaks dan berita palsu.

Kegiatan ini juga rencananya akan mengundang media supaya mendapatkan liputan pemberitaan. Adapun yang akan di undangan adalah 1 media elektronik dan 1 media online. Melalui peliputan tersebut, diharapkan manfaat kegiatan ini dapat disebarluaskan dengan baik dan dapat menginspirasi banyak pihak, terutama kaum lansia supaya menjadi lebih bijaksana dalam penggunaan *gadget*.

2.2. Luaran Kegiatan

No.	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		
1	<i>Book chapter</i> ber-ISBN	Sudah published
Luaran Tambahan (boleh ada)		
1	Video kegiatan	Berupa video kegiatan

BAB III METODE PELAKSANAAN

3.1. Tahapan atau Solusi

Kegiatan ini rencananya akan dilaksanakan pada hari Kamis, 9 April 2020 selama setengah hari. Bertempat di satu areal *co-working space* yang berlokasi di sekitar kawasan Lubang Buaya, Jakarta Timur. Direncanakan, kegiatan ini akan diikuti oleh 15 peserta anggota dari Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem.

Sebelum terselenggaranya kegiatan tersebut, telah dilaksanakan beberapa kegiatan, antara lain pencarian komunitas yang dianggap sesuai dengan kriteria yang diharapkan sebagai peserta kegiatan ini. Beberapa kriterianya antara lain: sebuah komunitas yang beranggotakan kalangan usia 50-60 tahun, yang masih menggunakan telepon genggam secara aktif untuk berkomunikasi sehingga sesuai dengan tema kegiatan PKM kali ini.

Setelah diperoleh calon peserta kegiatan PKM Fikom Untar, selanjutnya dipertimbangkan tema kegiatan. Tema yang diusung kali ini adalah mengajarkan cara menggunakan media sosial dengan bijak bagi kaum lanjut usia. Karena itu, dalam kegiatan ini akan dipresentasikan beberapa materi dari beberapa narasumber, antara lain (1) Narasumber internal (dosen dan mahasiswa Fikom Untar) dan (2) Narasumber eksternal (Aribowo Sasmito, Co-Founder & Ketua Komite Pemeriksa Fakta MAFINDO, Aribowo Sasmito).

Dari dosen Fikom Untar, diharapkan peserta mendapatkan materi tentang perkembangan dunia digital secara umum yang dilihat dari kacamata akademis. Dari mahasiswa Fikom Untar, diharapkan peserta mendapatkan materi tentang bagaimana anak-anak muda generasi milenial menyikapi penyebaran informasi yang berasal dari pihak keluarga yang dituakan, misalnya lewat *Whatsapp Group* keluarga besar. Dan dari narasumber MAFINDO, peserta mendapatkan materi tentang bagaimana cara melakukan cek dan ricek kebenaran sebuah informasi yang diperoleh. Diharapkan dari ketiga narasumber tersebut, peserta akan mendapatkan gambaran tahapan apa saja yang perlu dilakukan sebelum menyebarluaskan sebuah informasi yang dirinya sendiri pun belum tahu akan kebenarannya.

3.2. Partisipasi Mitra

Dalam kegiatan ini, Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem yang memiliki anggota sebanyak 70 orang, akan mengirimkan sebanyak 15 orang anggotanya untuk menjadi peserta di kegiatan PKM Fikom Untar. Mereka terdiri atas kelompok perempuan usia 50-60 tahun, sudah berkeluarga dan frekuensi persinggungan dengan *gadget* sehari-hari cukup tinggi. Latar belakang pendidikan mereka juga cukup bervariasi, dari lulusan SMP hingga S1.

Tidak hanya mendapatkan materi, seluruh peserta juga akan diminta untuk mengisi kuesioner yang terkait dengan tema yang diangkat dalam kegiatan ini. Kuesioner ini akan dibagikan sebelum dan setelah sesi pemberian materi. Diharapkan, para peserta mengetahui perbedaan pemahaman sebelum mereka diberikan materi dan setelah mereka mendapatkan materi dari narasumber.

Para peserta juga diberikan kesempatan bertanya kepada semua narasumber. Mereka diperbolehkan bertanya berbagai hal seputar tema kegiatan. Mereka juga akan mendapatkan kesempatan berlatih dan mempraktekkan bagaimana cara melakukan cek dan ricek terhadap sebuah informasi baru yang diperoleh, lewat kegiatan simulasi yang akan dipandu oleh narasumber dari MAFINDO.

3.3. Uraian Kepakaran dan Tugas Anggota Tim

Dalam kegiatan ini, terdapat beberapa materi yang akan disampaikan sesuai kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim PKM Fikom Untar, antara lain:

1. Ketua Tim PKM, Diah Ayu Candraningrum, S.T., MBA, M.Si

Sesuai kepakaran yang dimiliki, beliau akan memberikan materi mengenai perkembangan dunia digital, dimana media sosial kini menjadi salah satu sumber mencari informasi utama bagi masyarakat.

2. Anggota Tim PKM, Zita Hapsari, S.SPd, M.Si

Sesuai kepakaran yang dimiliki, beliau akan memberikan materi seputar praktik jurnalistik di jaman digital, dimana perusahaan media biasanya akan memiliki preferensi tersendiri dalam mengolah bahan berita yang didapatkan reporter-nya. Juga dibahas bagaimana

perbedaan antara informasi yang disediakan oleh media satu dengan yang lain, ada apa di balik pemilihan sudut pemberitaan.

3. Anggota Tim PKM, Dr. Eko Harry Susanto, M.Si

Sesuai kepakaran yang dimiliki, beliau akan memberikan materi tentang perkembangan media sosial sebagai salah satu sumber perolehan informasi, bagaimana informasi itu kemudian disalahgunakan hingga lahirnya hoaks dan berita palsu, baik yang dikoordinir maupun yang dilakukan oleh perseorangan.

4. Co-Founder & Ketua Komite Pemeriksa Fakta MAFINDO, Aribowo Sasmito

Sesuai dengan kepakaran yang dimiliki, beliau akan menjelaskan materi mengenai proses perkembangan hoaks dan bagaimana cara mencegahnya. Beliau juga akan menjelaskan proses atau tata cara menghentikan penyebaran hoaks.

3.4 Rundown Acara

Rundown Acara

Waktu	Durasi	Kegiatan	PIC
13:35 – 13:55	20 menit	Registrasi melalui pengisian google form (kusioner)	Devita
14:00 – 14:05	5 menit	Pembukaan oleh MC dan <i>reminder</i> untuk pengisian form	Harry
14:05 – 14:10	5 menit	Kata sambutan dari Bu Sandra sebagai Ketua Pelaksana PKM	
14:10 – 14:25	15 menit	Sesi I Pak Eko (fenomena Hoaks dari bidang Ilmu Komunikasi)	
14:25 – 14:40	15 menit	Sesi II Bu Zita (Media Konvensional Vs. Media Sosial)	
14:40 – 15:10	30 menit	Sesi III Pak Aribowo Sasmito, Co-Founder dan ketua Komite Pemeriksaan Fakta MAFINDO	
15:10 – 15:20	10 menit	Sesi IV berbagi pengalaman Tera dan Harry soal penyebaran Hoaks di lingkup keluarga	
15:20 – 15:35	15 menit	Kusioner II (penilaian setelah acara)	Devita
15:35 – 16:05	30 menit	Sesi tanya jawab	Harry
16:05 – 16:10	5 menit	Pengumuman hadiah	Harry
16:10 – 16:15	5 menit	Penutupan acara (terima kasih)	

Sesi pertama di isi oleh Bapak Eko Harry Susanto membahas mengenai “Fenomena Hoaks dari bidang Ilmu Komunikasi”. Materi membahas bagaimana hoaks dapat muncul hingga penyebaran hoaks di media sosial. Selain itu, pada sesi pertama juga dipaparkan cara mewaspadai hoaks dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu hal penting yang harus dilakukan sebelum menyebarkan informasi ke orang-orang sekitar adalah dengan melakukan verifikasi atau cek fakta. Dengan verifikasi, maka pembaca akan mengetahui apakah informasi tersebut benar atau tidak.

Sesi kedua di fasilitasi oleh Ibu Zita Hapsari, sesi ini membahas mengenai media massa konvensional dan modern. Di era teknologi yang terus berkembang, perubahan-perubahan terjadi setiap saat dan begitu cepat. Melalui sesi ini, pembicara juga menyampaikan bahwa media sosial merupakan salah satu media modern yang tidak memiliki penyaring informasi. Jika media konvensional memiliki filter yakni para pekerja media, maka penyaring informasi dari media sosial adalah penggunanya masing-masing. Hal itulah yang menyebabkan mudahnya hoaks menyebar. Penyebaran informasi melalui media sosial bergantung pada pengguna media sosial itu sendiri. Maka dari itu sangat penting melakukan verifikasi informasi.

Sesi ketiga merupakan sesi khusus dari Bapak Aribowo Sasmito selaku Ketua Komite Pemeriksaan Fakta MAFINDO. Materi yang diberikan masih seputar penyebaran berita hoaks di media sosial. Pada sesi ini, pak Aribowo memberikan beberapa contoh kejadian di lapangan, bagaimana berita hoaks tersebut dimanfaatkan oleh oknum untuk berbagai hal. Ada pula berita-berita yang ditulis ulang dengan subjek maupun objek yang berbeda untuk menyudutkan suatu pihak atau memberikan rasa cemas bagi pembaca. Informasi-informasi tersebut banyak ditemukan di media sosial khususnya Facebook dan Whatsapp. Umumnya, penyebaran informasi dilakukan oleh pengguna media sosial karena merasa bahwa informasi tersebut benar dan sesuai dengan situasi atau kondisi saat ini. Namun informasi tersebut sebenarnya merupakan informasi palsu yang tidak dapat dipertanggungjawabkan. Maka dari itu perlu dilakukan verifikasi informasi sebelum menyebarkan informasi karena dapat merugikan pihak-pihak tertentu.

Sesi terakhir di isi oleh dua orang mahasiswa yang menceritakan pengalaman mereka mengenai penyebaran berita hoaks di kalangan orangtua. Umumnya, orangtua jaman sekarang menggunakan whatsapp sebagai medium komunikasi. Media tersebut banyak digunakan sebagai media penyebaran hoaks. Salah satu mahasiswa, yakni Tera menyampaikan bahwa ibunya terkadang termakan oleh berita-berita hoaks. Ibu Tera percaya pada informasi tersebut karena informasi tersebut sangat erat kaitannya dengan situasi dan kondisi terkini. Sehingga timbul rasa

panik atau cemas terhadap situasi saat ini. Masih banyak informasi yang dapat memberikan rasa cemas pembacanya, sehingga Tera sebagai anak dan generasi muda memberikan pemahaman dan meyakinkan orangtuanya bahwa informasi tersebut merupakan hoaks. Sekaligus memberikan pengertian dan membimbing orangtuanya mengenai literasi media.

BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

4.1 Hasil Kegiatan

Kegiatan seminar ini dilakukan secara daring dikarenakan kondisi pandemi yang melanda. Webinar dilakukan sesuai dengan jadwal menggunakan aplikasi *Zoom Meeting*. Webinar menghadirkan narasumber eksternal dan internal. Narasumber eksternal difasilitasi oleh Ketua Komite MAFINDO yakni Bapak Aribowo Sasmito. Sedangkan untuk narasumber internal difasilitasi oleh dua orang dosen Fikom Untar serta mahasiswa Fikom Untar. Webinar dilaksanakan selama 1.5 jam yang bersisi pemaparan materi oleh Dr. Eko Harry Susanto, M.Si mengenai berita palsu. Kemudian dilanjutkan oleh Zita Hapsari, S.SPd, M.Si mengenai media massa modern dan konvensional.

Media sosial sudah menjadi salah satu media komunikasi yang digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Umumnya media sosial yang digunakan adalah media *chatting*, seperti Whatsapp, messenger, facebook, line dan lain-lain. Untuk pengguna lanjut usia, umumnya media sosial yang digunakan adalah Whatsapp. Melalui media tersebut, informasi dapat disebarluaskan. Baik informasi terkini maupun informasi terdahulu dapat disebarluaskan secara masif. Namun, media sosial sulit sekali memiliki batasan penyebaran. Apabila berita yang disebarluaskan merupakan berita bohong, maka akan tercipta hoaks di kalangan tertentu. Sehingga media sosial lebih terbuka dan bebas.

Mahasiswa Fikom juga memberikan pengalaman-pengalaman yang dialami oleh orangtua mereka terkait penggunaan media sosial dan penyebaran informasi palsu. Hampir seluruh orang lanjut usia mengalami hal yang sama. Sehingga hal ini harus di edukasikan kembali kepada orang-orang lanjut usia agar tidak termakan oleh informasi yang tidak benar. Informasi tersebut dapat memberikan efek negatif seperti ketakutan maupun hal-hal merugikan lainnya.

Selanjutnya, webinar di susul dengan pemaparan materi oleh bapak Aribowo Sasmito selaku Ketua Komite MAFINDO. Materi yang diberikan berupa contoh-contoh berita palsu yang tersebar di berbagai media sosial, umumnya adalah media Whatsapp. Beberapa contoh yang dipaparkan oleh bapak Aribowo menggambarkan bahwa begitu banyak informasi palsu yang disebarluaskan oleh masyarakat tanpa mengecek kembali apakah berita tersebut valid atau tidak. Terkadang berita-berita lama ditulis kembali dan diubah subjek atau objeknya dan dirangkai

kembali secara persuasif. Teknik persuasif inilah yang menjadi dorongan untuk menyebarluaskan informasi.

Peserta juga turut antusias dengan adanya pertanyaan-pertanyaan serta kesimpulan-kesimpulan yang dapat diambil oleh seluruh peserta. Beberapa peserta juga memberikan tanggapan bahwa melalui webinar ini, mereka menjadi lebih paham mengenai informasi apa saja yang harus di *share* atau disebarluaskan dan yang tidak perlu disebarluaskan. Terutama terkait informasi yang ada di grup Whatsapp.

Melalui webinar ini, diharapkan orang-orang lanjut usia dapat mengetahui pentingnya literasi media dan memilah kembali informasi apa saja yang harus disebarluaskan ataupun tidak. Diharapkan, webinar ini memberikan dampak yang besar bagi masyarakat agar penyebaran hoaks dapat semakin ditekan dan tingkat keresahan masyarakat terhadap informasi-informasi yang beredar dapat dibendung. Melalui literasi media, masyarakat akan menilai informasi yang benar atau informasi palsu.

4.2 Luaran Kegiatan

Bentuk dari luaran kegiatan ini adalah artikel pada jurnal ilmiah dan juga dipublikasikan melalui Konferensi Nasional Komunikasi Humanis tahun 2020. Berikut adalah link dari hasil publikasi :

<https://drive.google.com/file/d/1DWplCMIXPa210qk02m8YJIDqYoPAxTMX/view?usp=sharing>

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Webinar ini telah memberikan informasi dan pengajaran mengenai literasi media kepada masyarakat lanjut usia khususnya di kalangan ibu-ibu Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem. Kegiatan telah dilaksanakan secara baik dan mendapatkan apresiasi dari peserta yang menghadiri webinar. Peserta sangat antusias dengan adanya webinar yang memberikan informasi terkait penyebaran berita hoaks di media sosial yang ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Baik peserta, narasumber maupun pelaksana mendapatkan hasil yang positif. Literasi media memang sangat penting terlebih di era modern dan keterbukaan informasi seperti saat ini.

Jika memungkinkan, tingkatkan terus kegiatan literasi media terlebih kepada masyarakat lanjut usia. Hal ini perlu dilakukan agar masyarakat memiliki literasi media yang merata. Melalui literasi media yang merata, maka informasi atau berita hoaks tidak dapat berkembang secara masif. Untuk kesempatan selanjutnya, di harapkan, peserta yang mengikuti lebih bersemangat dalam menjawab pertanyaan atau quiz yang disediakan oleh panitia pelaksana. Sehingga situasi dan kondisi webinar menjadi lebih bersemangat dan hidup. Secara keseluruhan, webinar ini sudah baik dan sangat informatif.

DAFTAR PUSTAKA

- CNN Indonesia. (2019, 01 14). *CNN Indonesia*. Retrieved from [cnnindonesia.com](https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20190114085651-192-360554/orang-tua-lebih-sering-sebarkan-hoaks):
<https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20190114085651-192-360554/orang-tua-lebih-sering-sebarkan-hoaks>
- Katadata*. (2019, 01 04). Retrieved 02 04, 2020, from
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/04/jumlah-penduduk-indonesia-2019-mencapai-267-juta-jiwa>)
- Dilla, A. N., & Candraningrum, D. A. (2019). Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks oleh Komunikas Mafindo Indonesia. *Jurnal Koneksi*.
- Pratama, A. B. (2016, 12 29). *CNN Indonesia*. Retrieved from CNN Indonesia:
www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229170130-185-182956/ada-800-ribu-situs-penyebar-hoaks-di-indonesia
- Priyani, M. J. (2017). *Lansia Yang Bahagia di Era Internet*. Retrieved 02 2020, from Jurnal Unissula: <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ippi/article/view/2344>
- Shemi, H. (2018, 10 28). *IDN Times*. Retrieved from [identimes.com](https://www.idntimes.com/news/indonesia/amp/helmi/menkominfo-hoaks-cepat-menyebar-di-kalangan-orang-tua):
<https://www/google.com/amp/s/www.idntimes.com/news/indonesia/amp/helmi/menkominfo-hoaks-cepat-menyebar-di-kalangan-orang-tua>

LAMPIRAN

1. Surat Persetujuan Mitra

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJA SAMA DARI MITRA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hj. Ertiningsih
Pimpinan Mitra : Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem
Bidang Kegiatan : Senam Sehat Lansia
Alamat : Jl. Kramat 3 RT 05 RW 10 Kelurahan Lubang Buaya,
Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur

Dengan ini menyatakan bersedia untuk bekerjasama dengan Pelaksana Kegiatan PKM

Nama Ketua Tim Pengusul : Dyah Ayu Candraningrum, MBA., M.Si
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Fakultas Komunikasi
Perguruan Tinggi : Universitas Tarumanagara

Bersama ini pula kami nyatakan dengan sebenarnya bahwa diantara pihak Mitra dan Pelaksana Kegiatan PKM tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur pemaksaan didalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

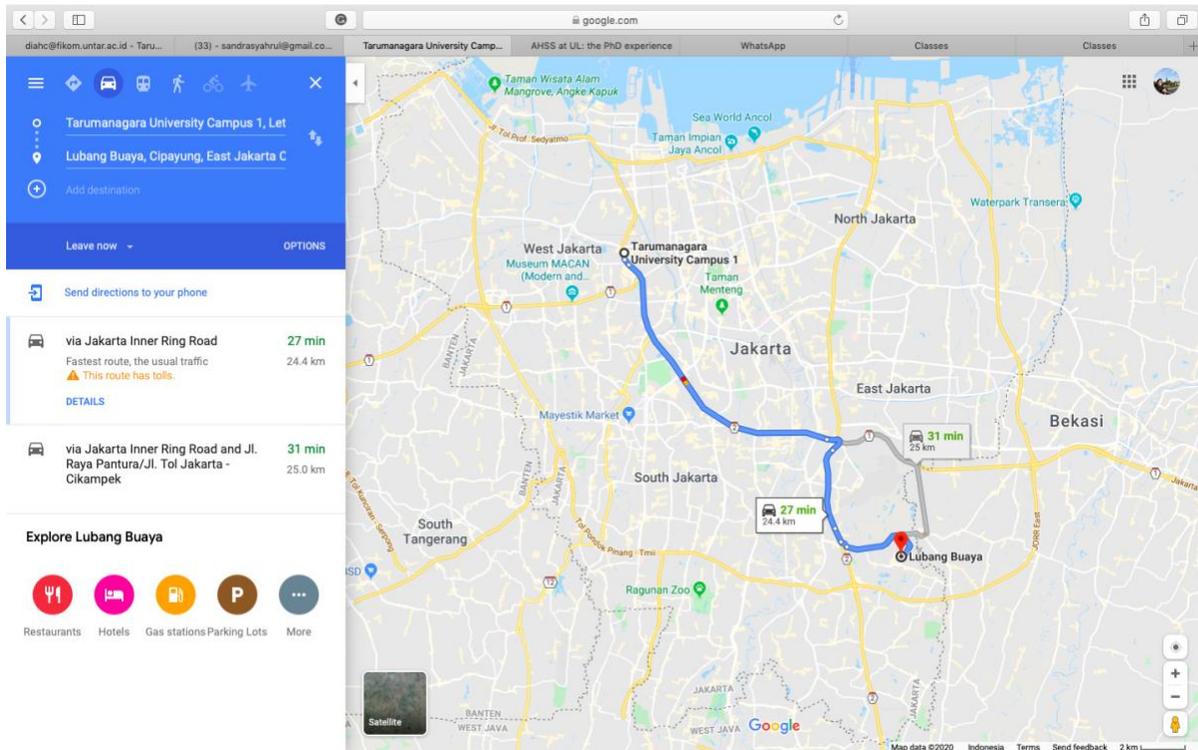
Jakarta, 29 Januari 2020

Yang Menyatakan,



(Hj. Ertiningsih)

2. Peta Lokasi Mitra Sasaran



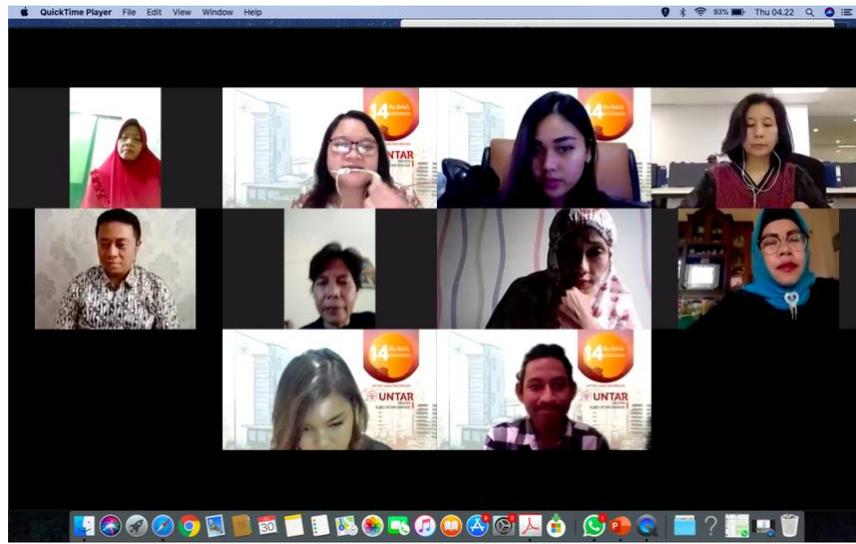
Gambar 1. Lokasi Mitra

3. Gambaran IPTEK

Lewat kegiatan ini, diharapkan banyak manfaat yang dapat diperoleh, di antaranya adalah model bentuk komunikasi persuasif yang dapat diterima kaum masyarakat berusia lanjut, yang mampu diterapkan di semua kegiatan sosialisasi. Bentuk komunikasi ini tentunya melibatkan banyak pihak, yakni sebagai pengirim pesan, penerima pesan dan juga mediator. Hubungan saling terkait dalam bentuk komunikasi persuasif, biasanya memang dipengaruhi oleh banyak faktor sehingga perlu adanya hubungan yang erat antara para pelakunya.

Selain bentuk model komunikasi persuasif tadi, diharapkan juga ditemukannya model kuesioner yang mampu menjelaskan dan menggali ketertarikan seseorang dalam menyebarkan informasi yang belum tentu kebenarannya. Selain itu, kuesioner tersebut juga akan mampu menggali sejauh mana seseorang berminat untuk menyebarkan hoaks atau justru sebaliknya, berusaha mencari tahu kebenarannya terlebih dahulu baru menyebarkannya.

4. Kegiatan Webinar



Gambar 2. Kegiatan Webinar

Link Dokumentasi Webinar:

https://drive.google.com/file/d/17vI4xMFfdlg9zfCUVEvkiU3CxVwS_JGX/view?usp=sharing

5. Sertifikat



Gambar 3. Sertifikat Narasumber Eksternal



Gambar 4. Sertifikat Dosen Anggota PKM



Gambar 5. Sertifikat Dosen Anggota PKM



Gambar 6. Sertifikat Ketua PKM



Gambar 7. Sertifikat Mahasiswa Anggota PKM



Gambar 8. Sertifikat Mahasiswa Anggota PKM



Gambar 9. Sertifikat Mahasiswa Anggota PKM



Gambar 10. Sertifikat Mitra PKM

6. Materi (PPT)

Link materi :

<https://drive.google.com/drive/folders/1-bjYffn8hrvZed7WRkeLQisuHyfTDs?usp=sharing>

7. Luaran Kegiatan

Link Luaran Kegiatan:

<https://drive.google.com/file/d/1DWplCMIXPa210qk02m8YJIDqYoPAXTMX/view?usp=sharing>



Komunikasi Digital Bagi Generasi Boomers

Diah Ayu Candraningrum¹; Zita Retno Hapsari²; Eko Harry Susanto³
Universitas Tarumanagara
Jl. Letjend. S. Parman No. 1 Grogol, Jakarta Barat 11440

PENGANTAR

Penyebaran berita bohong dan berbagai ujaran kebencian semakin marak belakangan ini. Yang mengejutkan, dari beberapa hasil penelitian, diketahui justru pelaku utama terbesar penyebar berita bohong dan hoaks adalah kalangan masyarakat berusia dewasa dan lanjut usia yakni di atas 65 tahun (generasi Baby Boomers). Hal ini membuat semua pihak merasa penting untuk bisa memberikan pemahaman kepada kalangan masyarakat dari kelompok lanjut usia (lansia). Karena akibatnya sangat memprihatinkan, dimana salah satu dampaknya adalah orang muda yang menghormati mereka menjadi terhasut dan menganggap apa yang disampaikan oleh orang tua atau orang yang dituakan adalah selalu benar. Yang menarik, perlu diketahui lebih lanjut alasan apa yang membuat para orang tua ini menyebarkan hoaks. Untuk itu, penulis telah melakukan wawancara dengan ibu-ibu lansia yang merupakan anggota Perkumpulan Ranting Mutiara Gandem Marem. Ini adalah komunitas berisi kelompok perempuan paruh baya dan lanjut usia, yang biasa menjalankan kegiatan bersama seperti halnya mengadakan *workshop* atau sekedar kegiatan senam bersama. Komunitas ini berdomisili di daerah Lubang Buaya, Jakarta Timur dan diketuai oleh Ibu Hertiningsih Yono, seorang istri pensiunan TNI. Pertanyaan penelitiannya adalah bagaimana masyarakat lanjut usia tersebut menggunakan *gadget* dengan bijaksana. Dengan pendekatan penelitian kualitatif dan metode wawancara deskriptif, menggunakan Teori Literasi Digital, penelitian ini menunjukkan bahwa belum semua anggota komunitas paham bagaimana menggunakan perangkat pintarnya secara bijak. Mereka hanya menggunakan ponselnya untuk berkomunikasi dan mencari hiburan. Karena itu, pentingnya literasi digital dilakukan terhadap kalangan *baby boomers* ini, supaya mampu menggunakan ponsel dengan lebih bijaksana.

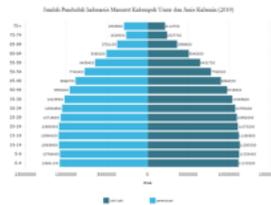
Kata Kunci: **hoaks, lansia, media sosial, teknologi komunikasi**

PENDAHULUAN

Pada tahun 2015 jumlah penduduk Indonesia yang berusia diatas 60 tahun berjumlah lebih dari 7 persen dari penduduk. Data Survei Ekonomi Sosial

Nasional (Susenas) 2015 menunjukkan bahwa 8,43 persen atau 21,5 juta jiwa dari seluruh penduduk Indonesia adalah golongan lansia.

Berdasarkan Survei Penduduk Antar Sensus (Supas) 2015, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2019 mencapai 266,91 juta jiwa. Pada periode tersebut, Indonesia menikmati masa bonus demografi, dimana jumlah penduduk usia produktif lebih banyak dari usia tidak produktif, yakni lebih dari 68% dari total populasi penduduk Indonesia. Adapun pengelompokannya adalah sebagai berikut: (1) Penduduk kelompok umur 15-64 tahun (usia produktif) sebanyak 183,36 juta jiwa atau sebesar 68,7%; dan (2) Kelompok umur lebih dari 65 tahun (usia sudah tidak produktif) berjumlah 17,37 juta jiwa atau sebesar 6,51% dari total populasi (Katadata, 2019).



Tabel 1. Jumlah Penduduk Indonesia 2019

(sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/04/jumlah-penduduk-indonesia-2019-mencapai-267-juta-jiwa>)

Dari data di atas terlihat bahwa jumlah kelompok masyarakat usia lanjut (lansia) terus bertambah setiap tahun. Salah satu tantangan dari luar yang dihadapi para lansia saat ini adalah perkembangan teknologi yang sangat cepat. Salah satu yang paling terlihat adalah adanya perbedaan saluran komunikasi, baik dalam cara mengkonsumsi informasi hingga komunikasi antar personal.

Sungguh dilematis. Di satu sisi, sulit bagi lansia untuk beradaptasi. Namun jika menutup diri dari kemajuan teknologi, justru akan membuat mereka menjadi warga yang terpinggirkan dan sulit untuk hidup di zaman sekarang. Para lansia perlu dibekali dan didampingi untuk bersahabat dengan kemajuan teknologi khususnya dalam konteks komunikasi, agar tetap bisa mengikuti arus perkembangan teknologi. Mereka bahkan perlu didorong untuk bersinergi dengan generasi muda, agar eksistensi lansia dirasakan oleh masyarakat dan melakukan berbagai kegiatan yang bermanfaat untuk masyarakat secara luas.

Era digital adalah zaman dimana manusia menggunakan teknologi digital, yang terwujud dalam berbagai bentuk kemajuan teknologi, antara lain merebaknya penggunaan internet, *computer*, *handphone*, dan *gadget*. Seperti yang telah diketahui oleh masyarakat luas, kemajuan teknologi mengakibatkan globalisasi. Perbedaan jarak dan waktu sudah tidak bisa membatasi manusia dalam berinteraksi maupun berkomunikasi. Maka dari itu teknologi komunikasi

yang terus berkembang dianggap sebagai alat perpanjangan untuk manusia melakukan komunikasi.

Bailey (2003) menyebut era digital sebagai zaman di mana dunia bergegas (*hurried world*) atau tunggang langgang. Kemajuan teknologi menyebabkan semua hal dapat dilakukan secara cepat. Tuntutan untuk bekerja lebih cepat, bergerak lebih cepat, pengiriman dan transportasi lebih cepat, dan satu hal paling vital adalah komunikasi lebih cepat. Semua aktivitas berlangsung dengan cepat, dengan berbagai akibatnya. Suasana dunia menjadi serba cepat, bergegas dan tunggang langgang (Priyani, 2017).

Berbagai kemudahan karena perkembangan teknologi yang terjadi di era digital, juga mempengaruhi perilaku manusia. Individu yang dilahirkan dan hidup di zaman internet, sering disebut generasi net (*net generation*). Tapscott (2009) mengungkapkan bahwa *net generation* memiliki ciri ciri *playfull, digitally native, green, expressive, personalized, multitasking, networked, self-centered*. Namun disamping ciri-ciri itu, kita harus menyadari bahwa kemudahan dalam mengakses internet dan media sosial serta cepatnya aliran informasi dalam medium tersebut membuat berita hoaks sangat mudah menyebar. Kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan di tahun 2016 lalu, tercatat ada delapan ratus ribu situs yang terindikasi sebagai penyebar berita palsu dan ujaran kebencian. Jumlah ini belum termasuk pemilik akun media sosial yang juga menyebarkan hoax (Pratama, 2016).

Hoax dalam kamus Oxford (2017) diartikan sebagai suatu bentuk penipuan yang tujuannya untuk membuat kelucuan atau membawa bahaya. *Hoax* dalam Bahasa Indonesia berarti berita bohong, informasi palsu, atau kabar dusta. Sedangkan menurut kamus Bahasa Inggris, *hoax* artinya olok-olok, cerita bohong, dan memperdayakan alias menipu. Tujuan hoaks adalah sekedar lelucon, iseng, hingga membentuk opini publik. Intinya hoaks itu sangat sesat dan menyesarkan, apalagi jika pengguna internet tidak kritis dan langsung membagikan berita yang dibaca kepada pengguna internet lainnya.

Hoaks pun paling banyak menyebar melalui media sosial yang bagaikan pisau bermata dua. Satu sisi dapat meningkatkan hubungan pertemanan yang lebih erat, namun di sisi lain sering menjadi pemicu beragam masalah terkait dengan kebohongan dan hasutan, yang dapat menyebabkan perpecahan bangsa. Media sosial sendiri menurut Van Dijk (2013) adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasiliator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Juditha, 2018).

Berdasarkan salah satu studi yang dilakukan oleh peneliti di Princeton dan New York University mendapati penyebaran hoaks melalui unggahan salah

satu media sosial yang viral yaitu Facebook. Hal ini dinyatakan bahwa penyebar hoaks tidak terkait latar belakang pendidikan, jenis kelamin, dan pandangan politik. Faktor usia justru menjadi faktor utama penyebaran hoaks. Riset yang melibatkan 3.500 responden pengguna Facebook di Amerika Serikat mendapati 11 persen pengguna berusia 65 tahun ke atas sering berbagi hoaks. Sedangkan 3 persen pengguna berusia 18-29 tahun menyebarkan informasi palsu.

Studi yang dipublikasikan oleh *Science Advances* mencatat dari semua kategori usia, hanya 8.5 persen pengguna yang berbagi dalam satu tautan berita hoaks. Fakta tersebut menunjukkan hubungan adanya ketidakmampuan kaum lansia dalam mengontrol prinsip yang diyakininya. Kaum lansia dianggap lebih mudah mempercayai dan membagikan kembali berita yang dibacanya. Dalam studi ini, peneliti menunjukkan adanya dua teori: (1) Orang tua yang menggunakan internet tidak memiliki literasi digital dibandingkan anak muda; (2) Orang tua mengalami penurunan kognitif seiring dengan bertambahnya usia sehingga lebih mudah percaya dengan apa yang mereka lihat (CNN Indonesia, 2019).

Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo), Rudiantara mengatakan generasi *millenials* tidak suka hoaks atau berita bohong. Justru, hoaks lebih cepat menyebar di kalangan generasi yang lebih tua karena satu kesepahaman. Menurutnya, hal ini terjadi karena kaum lansia tidak tahu apakah berita itu hoaks atau bukan. Berita bohong itu mereka yakini atau memiliki pemahaman yang sama dengan orang di sekitarnya yang tergolong satu generasi atau lebih tua.

Penyebaran hoaks yang dilakukan oleh kaum lansia juga dianggap bergosip atau ghibah. Menurut Rudiantara, penerima informasi harus bisa membedakan antara informasi yang baik atau tidak baik. Jika menyebarkan informasi secara sembarangan biasanya informasi itu menjadi ghibah atau menyebutkan sesuatu yang terdapat pada diri seseorang yang kemudian akan berujung pada *bullying* atau munculnya ujaran kebencian (Shemi, 2018).

Dari fenomena di atas, pertanyaan penelitian yang muncul adalah **“Bagaimana generasi *baby boomers* atau kaum lansia mampu menggunakan perangkat pintarnya untuk mengakses informasi dan hiburan secara pintar?”**

PEMBAHASAN

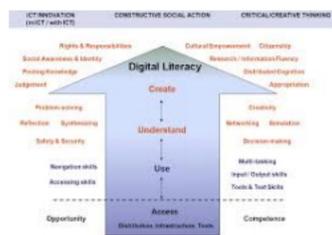
Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah menjelaskan konsep literasi digital bagi generasi Baby Boomers. Menurut (Duck & McMahan, 2018), yang dimaksud kelompok *Baby Boomer* adalah mereka yang lahir sepanjang tahun 1946–1964. Ciri utama generasi *Baby Boomer* adalah penggunaan alat komunikasi di era teknologi yang terbatas yakni surat dan telepon kabel (bukan ponsel).

Karena keterbatasan yang dimiliki, kaum lansia tak dapat menggunakan *gadget* di era digital ini dengan baik. Untuk itu diperlukan pemahaman literasi digital bagi mereka. Pemahaman *media literacy* atau literasi media adalah bagaimana masyarakat mampu memilih atau menyaring isi pesan yang disampaikan. Mereka dapat menyeleksi mana informasi yang baik dan mana yang tidak benar.

Istilah literasi media tadi juga sering disebut sebagai literasi digital sebab media baru dapat dikatakan sebagai media digital. Menurut *Media Awareness Network*, definisi literasi digital adalah ketrampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan berbagai perangkat lunak aplikasi media digital dan perangkat keras seperti komputer dan ponsel; kemampuan kritis memahami konten media digital serta pengetahuan dan kapasitas untuk menciptakan media dan teknologi digital (Novianti & Fatonah, 2018).

Dari definisi di atas, dapat dijelaskan karakter dari literasi digital: (1) Menggunakan (*use*), yakni keahlian teknis yang dibutuhkan untuk terlibat dengan computer dan internet; (2) Mengerti (*understand*), yakni kemampuan untuk memahami, mengkontekstualisasikan dan mengevaluasi media digital secara kritis; (3) Menciptakan (*create*) yakni kemampuan untuk membuat materi isi dan komunikasi secara efektif menggunakan berbagai platform media sosial.

Gambar 1. Model Literasi Digital
 Sumber: <https://core.ac.uk/download/pdf/235454323.pdf>



Selain itu, terdapat pula karakter yang khusus pada penerapan *Digital-Age Literacy* atau literasi di era digital (Afandi et.al, 2016). Karakter khusus tersebut antara lain dasar, ilmiah, informasi, visual teknologi dan literasi multikultural serta kesadaran global. Sedangkan menurut Wijaya, et.al (2016), kemampuan di era digital yang dibutuhkan dunia usaha dan industri adalah: (1) Ketrampilan dan belajar berinovasi; (2) Kehidupan dan karir; (3) Ketrampilan teknologi dan media sosial (Setyaningsih, Abdullah, Prihantoro, & Hustinawaty, 2019).

Atas dasar tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan ibu-ibu berusia 50-60 tahun yang merupakan anggota Perkumpulan Ranting Mutiara Gadem Marem. Ini adalah komunitas berisi kelompok perempuan paruh baya

dan lanjut usia, yang biasa menjalankan kegiatan bersama seperti halnya mengadakan *workshop* atau sekedar kegiatan senam bersama. Komunitas beranggotakan 40 orang ini berdomisili di daerah Lubang Buaya, Jakarta Timur dan diketuai oleh Ibu Hertiningsih Yono, seorang istri pensiunan TNI.

Dalam proses wawancara yang penulis lakukan, terdapat 8 orang anggota komunitas yang diwawancarai. Beberapa di antaranya mengaku mengetahui fenomena hoaks namun tidak memiliki pengetahuan bagaimana mengidentifikasi hoaks. Ada pula yang mengetahui dirinya tidak boleh menyebarkan berita bohong, namun yang bersangkutan tidak mengetahui dampaknya. Ada pula yang mengaku sering mendapatkan berita bohong dan aneka hoaks, namun tidak mengetahui harus lapor kemana dan harus diapakan berita-berita palsu tersebut.

Apa yang disampaikan oleh anggota komunitas tersebut sangat bertolak belakang dengan apa yang pernah dilakukan penulis dalam kegiatan penelitian sebelumnya. Tiga tahun lalu, penulis melakukan wawancara dengan 60 siswasiswi kelas XII di SMK Sumbangsih Pariwisata Jakarta Barat tentang Literasi Digital dalam pemanfaatan Media Sosial Untuk Pengembangan *Personal Brand* Remaja.

Dalam kegiatan ini diketahui, memang belum semua remaja memiliki pengetahuan tentang bagaimana menggunakan media sosial dengan baik dan benar. Namun sebagian besar sudah mengetahui bahwa media sosial dapat digunakan untuk memasang status, mengunggah foto dan video, untuk kemudian saling memberi komentar. Mereka sangat bangga jika foto atau video yang mereka unggah mendapatkan banyak komentar atau tombol "like" dari rekan-rekannya. Saat itu, belum dikenal konsep hoaks sepopuler sekarang. Meski demikian, dari fenomena di atas tampak jelas bahwa anak muda lebih adaptif dalam penerimaan teknologi media baru daripada para *Boomers*.

PENUTUP

Dari penjelasan di atas, dapat dianalisis menggunakan Model Literasi Digital di atas. Pertama, bisa disimpulkan bahwa ternyata hanya sebagian kecil anggota Komunitas Gandem Marem yang telah mampu **menggunakan komputer dan internet** dengan baik. Terbukti, banyak di antara mereka yang dibantu orang lain dalam persiapan penggunaan fitur *video conference* untuk sesi wawancara. Mereka juga belum mampu berkorespondensi dengan email dengan penulis, untuk mengeset jadwal dan materi wawancara, sehingga membutuhkan presensi kehadiran secara fisik. Untuk menjelaskan tujuan kegiatan ini, penulis harus datang dan bertemu langsung dengan pengurus untuk menjelaskan hal ini. Jadi keahlian mereka untuk menggunakan teknologi masih minim.

Kedua, kemampuan mereka untuk **memahami, mengkonsepsi dan mengevaluasi media digital** secara kritis masih sangat minim. Hal itu terlihat dari bagaimana mereka menjawab pertanyaan yang diajukan saat wawancara berlangsung melalui aplikasi Zoom. Meski ada beberapa anggota yang secara kritis mempertanyakan kebingungan dan keheranan mereka dengan media sosial dalam memproduksi hoaks dan ujaran kebencian, namun jumlahnya hanya 3 orang saja dari 8 orang yang diwawancara.

Ketiga, kemampuan membuat materi **content media sosial atau kemampuan berkomunikasi** di platform digital, tampaknya juga masih menjadi pekerjaan rumah besar bagi ibu-ibu anggota Komunitas Gandem Marem ini. Karena saat proses wawancara berlangsung, ibu-ibu ini banyak yang mematikan fitur akun Zoom-nya atau mereka menghilang dari pandangan saat fitur kamera dinyalakan.

Dari analisis di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa masih banyak kaum lansia atau generasi *Baby Boomers* di Indonesia yang tidak memahami benar bagaimana menggunakan ponsel dengan bijak. Selain itu, mereka juga tidak mau mengutak-atik teknologi baru dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Mereka hanya bergantung pada 1-2 pihak saja. Kemampuan komunikasi virtual mereka mungkin saja terasa kurang karena mereka sebelumnya bukan orang-orang yang datang dari kalangan yang familiar dengan teknologi.

Hal ini tentu saja akan menambah kekhawatiran seperti yang disampaikan mantan Menteri Komunikasi dan Informasi di bagian sebelumnya, yang menyebut bahwa kalangan usia lanjut sangat rentan berperan sebagai penyedia hoaks. Oleh sebab itu, mereka harus banyak menerima masukan, informasi, edukasi tentang bagaimana memilih informasi yang bukan hoaks dan kemudian menjalani pelatihan profesional memberantas hoaks untuk menjadi agen perubahan di masyarakat.

Daftar Pustaka

- CNN Indonesia. (2019, 01 14). *CNN Indonesia*. Retrieved from <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20190114085651-192-360554/orang-tua-lebih-sering-sebarkan-hoaks>
- Dilla, A. N., & Candraningrum, D. A. (2019). Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks oleh Komunikas Mafindo Indonesia. *Jurnal Koneksi*.
- Duck, S., & McMahan, D. T. (2018). *Communication in Everyday Life*. California: Sage Publications.Inc.
- Juditha, C. (2018, April). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya. *Jurnal Pekomnas*, 3(1), 31-44.

- Katadata. (2019, 01 04). Retrieved 02 04, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/04/jumlah-penduduk-indonesia-2019-mencapai-267-juta-jiwa>)
- Novianti, D., & Fatonah, S. (2018). Literasi Media Digital di Lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-14.
- Priyani, M. J. (2017). *Lansia Yang Bahagia di Era Internet*. Retrieved 02 2020, from *Jurnal Unissula*: <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ippi/article/view/2344>
- Pratama, A. B. (2016, 12 29). *CNN Indonesia*. Retrieved from CNN Indonesia: www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229170130-185-182956/ada-800-ribu-situs-penyebarkan-hoax-di-indonesia
- Setyaningsih, R., Abdullah, Prihantoro, E., & Hustinawaty. (2019). Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning . *Aspikom* .
- Shemi, H. (2018, 10 28). *IDN Times*. Retrieved from [identimes.com: https://www.google.com/amp/s/www.idntimes.com/news/indonesia/amp/helmi/menkominfo-hoaks-cepat-menyebar-di-kalangan-orang-tua](https://www.google.com/amp/s/www.idntimes.com/news/indonesia/amp/helmi/menkominfo-hoaks-cepat-menyebar-di-kalangan-orang-tua)

Biografi Penulis

Penulis 1

Penulis merupakan dosen Fakultas Komunikasi Universitas Tarumanagara, Jakarta. Sebelumnya penulis berprofesi sebagai jurnalis untuk media cetak, elektronik, online dan multimedia di sebuah perusahaan media nasional. Memiliki ketertarikan di bidang pemasaran, membuat penulis melanjutkan studi di bidang pemasaran dan manajemen komunikasi. Hal ini juga terlihat dari *research interest* penulis di setiap tema penelitiannya. Penulis dapat dihubungi melalui alamat email: diahc@fikom.untar.ac.id.

Penulis 2

Penulis merupakan dosen Fakultas Komunikasi Universitas Tarumanagara, Jakarta. Penulis juga mempunyai pengalaman sebagai reporter televisi selama belasan tahun dengan jangkauan liputan seluruh Indonesia dan menjadi Produser Eksekutif di redaksi pemberitaan sebuah televisi swasta nasional. Selain itu, sebagai dosen, penulis juga terlibat dalam kegiatan penelitian terkait pemanfaatan media. Untuk informasi lebih lanjut penulis bisa dihubungi melalui alamat email: zitah@fikom.untar.ac.id.

Penulis 3

Penulis adalah dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, Jakarta. Pernah menjabat sebagai Ketua Asosiasi Program Studi Ilmu Komunikasi (Aspikom) periode tahun 2010-2013 dan pernah menjadi Dekan Fikom Untar kurun waktu tahun 2006- 2014. Saat ini, penulis menjabat sebagai salah satu anggota Dewan Pakar Aspikom. Penulis dapat dihubungi di alamat email: ekos@fikom.untar.ac.id.