

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat, memaksa masyarakat untuk mengerti dan paham akan kemajuan ini, begitu juga dengan *baby boomers*. Dewasa ini, kemajuan teknologi baik secara langsung ataupun tidak langsung berdampak ke dalam kehidupan dari generasi *baby boomers*. Teknologi informasi berperan penting membantu seseorang dalam penyebaran informasi, akses informasi, dan berbagi informasi tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Teknologi ini sendiri merupakan teknologi yang selalu dekat dengan kehidupan seseorang.

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari kemajuan teknologi informasi di masyarakat. *Baby boomers* salah satunya, media sosial ini didukung dengan adanya internet. *Baby Boomers* dan media sosial menjadi hal yang sangat menarik untuk dikaji. *Baby boomers* sering kali dikatakan sebagai generasi yang *gaptek* atau gagap akan teknologi. Berge (2011) dalam jurnalnya berjudul *Digital Natives and Digital Immigrants: Getting to Know Each Other* memaparkan bahwa ini dikarenakan *baby boomers* sendiri bukanlah *digital natives* melainkan *digital imigran*. Teknologi menjadi sesuatu yang asing dan baru bagi *baby boomers*, hal ini dikarenakan mereka tumbuh saat teknologi belum seberkembang sekarang.

Hal diatas juga menjadi salah satu yang mengakibatkan *baby boomers* dikatakan sering membagikan berita palsu (*hoax*) di media sosial. Kate O'Flaherty di Forbes memaparkan dalam penelitian yang diterbitkan jurnal Science dimana lebih dari 1.750 orang dewasa pengguna Facebook, dengan individu berumur lebih dari 65-an tujuh kali lebih mungkin untuk berbagi berita palsu di media sosial daripada mereka yang berusia antara 18 dan 29 tahun.

Pernyataan diatas dipengaruhi dengan adanya penurunan kognitif seiring bertambahnya usia, dan juga kemampuan literasi *baby boomers* yang dianggap rendah. Kemampuan literasi sangatlah dibutuhkan dalam menggunakan media sosial, oleh karena itu literasi media sosial menjadi unit literasi yang secara

langsung dapat menjadi dasar bagi *baby boomers* dalam menggunakan media sosial untuk menelusuri internet.

Berdasarkan hasil studi *polling* dari Indonesia yang berkolaborasi dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), memaparkan bawah jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini tumbuh sekitar 10.12%. Jumlah pengguna internet pada tahun 2018 mendapatkan total populasi sebanyak 264 juta jiwa, dan dikatakan juga bahwa sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8% sudah terhubung dengan internet. Dari 64,8% yang diperoleh APJII didalamnya terdapat generasi *baby boomers* sebagai pengguna internet, walaupun persentase penggunaannya tidak sesering generasi milenial dan Z.

Pada era informasi ini, internet telah memberi dampak akan semua hal, dimana dampak dari internet ini adalah memudahkan seseorang dalam melakukan aktifitas sosial maupun aktifitas yang bersifat individu. Internet juga berperan penting untuk generasi *baby boomers*. Dalam kehidupannya *baby boomers* menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman, ataupun menjalin pertemanan baru, mengikuti berita, mengumpulkan informasi tentang barang dan jasa, mencari informasi terkait kesehatan, berbelanja dan terlibat akan urusan politik.

Di Amerika Serikat (AS), individu dengan rentang kelahiran antara tahun 1945 sampai 1964 berada dalam kelompok generasi *baby boomers* atau biasa disebut *boomer* (Howe dan Strauss, 1991). Selain berdasarkan rentang tahun kelahiran, adapun tiga spesifikasi yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi generasi *baby boomers*. Adalah *percieved membership* dimana persepsi individu terhadap sebuah kelompok tergabung di dalamnya, khususnya pada masa-masa remaja sampai dengan masa dewasa muda. Selanjutnya adalah *common belief and behaviors* yang merupakan sikap terhadap keluarga, karir, kehidupan personal, politik, agama dan pilihan-pilihan yang diambil terkait dengan pekerjaan, pernikahan, anak, dan kesehatan. Terakhir adalah *common location in history* yang meliputi perubahan pandangan politik, kejadian yang bersejarah, dicontohkan seperti: perang, bencana alam, yang terjadi pada masa-masa remaja sampai dengan dewasa muda (Howe dan Strauss, 2000).

Generasi *baby boomers* sering digambarkan sebagai generasi yang percaya akan peluang, dan sering kali terlalu idealis untuk membuat perubahan positif di kehidupan. Mereka juga disebut memiliki sifat kompetitif, punya rasa optimisme yang tinggi, pekerja keras yang menginginkan penghargaan secara personal, percaya akan perubahan dan perkembangan diri sendiri. Karakteristik umum lainnya yang digunakan untuk mengidentifikasi *baby boomers* adalah sikap skeptis terhadap otoritas, reformis sosial, pencari sensasi, dan pembelajar seumur hidup.

Generasi *baby boomers* lebih cenderung menggunakan internet untuk mencari informasi tentang kesehatan, dan mendapatkan informasi kesehatan yang mereka tidak temukan kecuali di internet, dan tentunya *social network*. Akan tetapi menurut penelitian yang dimuat CNN Indonesia, penelitian yang melibatkan 3.500 responden pengguna facebook di Amerika Serikat didapati 11% pengguna berusia 65 tahun keatas membagikan informasi palsu, sedangkan ada sebanyak 3% pengguna berusia 18-19 tahun menyebarkan informasi palsu.

Bagi *baby boomers* hal ini disebabkan karena mereka tidak memiliki kemampuan literasi digital yang baik dalam menggunakan internet, jika dibandingkan dengan anak muda. Hal ini juga dikarenakan generasi ini mengalami penurunan kognitif seiring dengan bertambahnya usia sehingga mereka lebih mudah percaya dengan apa yang mereka lihat di media sosial.

Analisis di Indonesia yang dilakukan Kominfo tentang penyebaran berita palsu sendiri bukanlah berasal dari anak muda, melainkan lebih cenderung dilakukan oleh generasi tua. Digambarkan dengan banyaknya kaum ibu-ibu yang melakukan penyebaran pesan tanpa membaca terlebih dahulu. Kominfo menyebutkan bahwa penyebar berita palsu itu berumur 45 tahun ke atas. Dikutip juga melalui Kominfo, penelitian yang dilakukan oleh Massachusetts Institute of Technology (MIT) Dizikes (2018), didapatkan bahwa berita palsu menyebar lebih cepat dari pada berita yang memiliki fakta. Disebutkan bahwa selama proses pemilu 2019, terdapat begitu banyak berita palsu yang tersebar di media.

Kecenderungan untuk menerima informasi apa saja sangat rentan dilakukan oleh generasi *baby boomers*. Kecenderungan menerima informasi ini disebabkan rendahnya literasi yang dimiliki *baby boomers*. Rendahnya literasi

yang dimiliki *baby boomers* dikatakan sebagai pengaruh dari peralihan perang dunia ke-2 yang mana pada saat itu, perkembangan ilmu literasi belum seberkembang sekarang ini.

Kemampuan literasi dikatakan sebagai suatu keharusan yang perlu dimiliki oleh setiap individu. Pada dasarnya kemampuan literasi merujuk pada kemampuan dalam membaca dan menulis, serta kemampuan untuk memaknai sebuah informasi. Namun, dengan munculnya era informasi dan media digital yang berkembang pesat telah menggeser cara pengguna untuk terhubung dengan informasi. Dalam literasi, istilah “melek” menjadi hal yang sering dipakai, yang memiliki arti kemampuan memahami apa saja yang sedang terjadi dan peka terhadap lingkungan sosial, kemampuan ini juga merupakan hasil dari aktivitas berpikir. Semakin berkembangnya informasi dan teknologi, maka kemampuan literasi itu sendiri juga mulai berkembang hingga memunculkan cabang literasi baru termasuk literasi informasi.

Literasi informasi juga dikatakan sebagai kemampuan yang mengharuskan individu untuk menganalisis kapan informasi dibutuhkan dan memiliki kemampuan dalam menemukan, mengevaluasi dan menggunakan secara efektif (American Library Association, 1989). Seseorang yang memiliki kemampuan literasi informasi yang baik, dapat dikatakan sebagai individu yang mampu mengelola dan menganalisis informasi yang didapat. Sehingga mereka mengerti dan paham bagaimana informasi yang didapat dan diperoleh dapat dimanfaatkan dengan baik.

Untuk memahami penggunaan media sosial secara keseluruhan, literasi media sosial menjadi bagian dari literasi informasi yang secara lebih rinci membahas bagaimana internet dan media sosial seharusnya dipergunakan. Media sosial merupakan layanan internet yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dewasa ini. Kemudahan yang disediakan media sosial dalam berinteraksi dan menyebarkan informasi merupakan daya tarik utama dari sosial media. Namun, kemudahan yang ditawarkan oleh sosial media sendiri memiliki dampak negatif, yaitu dengan banyaknya beredar berita bohong (*hoax*). Literasi media sosial ini perlu diberikan dalam rangka menciptakan masyarakat berbasis informasi dan pengetahuan.

Penyebaran informasi melalui media sosial tidak selalu menjadi suatu kemajuan yang positif bagi kompetensi dari diri seseorang. Media sosial memberikan dampak positif berupa persebaran informasi yang menyeluruh dan cepat, serta tetap memiliki dampak negatif. Salah satu bentuk dampak negatif itu berupa kualitas informasi yang masih diragukan dan perlu adanya analisis ulang terhadap informasi yang didapat dengan melakukan proses evaluasi informasi. Untuk melakukan evaluasi tersebut literasi media sosial menjadi hal utama yang menjadi pedoman seseorang dalam memakai dan menyebarkan informasi yang didapat melalui media sosial. Literasi media sosial seakan menjadi benteng pertahanan untuk masyarakat agar tidak termakan dengan informasi bohong, ataupun informasi yang tidak memiliki kredibilitas yang baik.

Literasi media sosial sendiri merupakan turunan khusus dari literasi media yang mana literasi media merupakan bagian dari literasi informasi. Seseorang yang mampu menganalisis informasi sebagai sumber informasi untuk menyelesaikan pekerjaan dapat dikatakan sebagai seseorang yang *melek* akan informasi atau orang tersebut dapat dikatakan sebagai seseorang *literate*. Seseorang dikatakan *literate* apabila individu tersebut sudah mengerti dengan baik bagaimana seharusnya informasi diperlakukan. Untuk itu individu harus bisa dan paham dengan sangat pentingnya literasi media sosial. Kemampuan literasi media sosial ini dapat diartikan sebagai kehandalan seseorang dalam mencari, memilah dan mengaplikasikan sumber informasi di media sosial.

Seseorang yang melek akan informasi di media sosial akan menjadi pribadi yang kritis ketika mendapati hoaks. Hal ini dapat dilakukan dengan mengimplementasikan 3 kompetensi dalam literasi media sosial, yang pertama adalah kompetensi praktis dimana pengguna media sosial mengerti dalam menggunakan teknologi informasi. Secara keseluruhan kemampuan ini berguna sebagai tahap awal dalam penciptaan konten di media sosial itu sendiri. Selanjutnya adalah kompetensi kognitif, berupa kemampuan analisis dan evaluasi yang menjadi 2 hal utama dalam menciptakan ataupun mengonsumsi konten di media sosial. Dan yang terakhir merupakan kompetensi afektif, dimana kompetensi ini berkaitan dengan sikap seseorang dan emosi seseorang dalam media sosial. Dengan adanya kompetensi afektif ini seseorang dapat menentukan

sikap dan emosi dalam tingkah laku di media sosial. Mengerti dan mengimplementasikan ketiga kompetensi tersebut dalam media sosial maka seseorang akan sulit diadu domba dan tentunya mampu menganalisis informasi yang didapat sebelum dibagikan lebih lanjut di media sosial.

Budaya partisipatif juga merupakan hal dalam yang berkaitan dengan literasi media sosial itu sendiri. Jenkins (2006) memaparkan bahwa budaya partisipatif dapat dikatakan sebagai budaya dimana individu baik secara perseorangan maupun publik, dimana mereka tidak hanya bertindak sebagai konsumen saja, melainkan dapat menjadi kontributor atau produser (prosumer). Budaya ini muncul dalam media sosial, dikarenakan seseorang dalam media sosial bukan hanya sekedar konsumen akan tetapi juga sebagai produser (prosumer).

Dengan adanya budaya partisipatif menjadikan pondasi kuat bagi seseorang dalam proses konsumsi dan produksi informasi atau konten di media sosial. Budaya partisipatif sangat dekat dengan adanya kemunculan hoaks di masyarakat. Hal ini dikarenakan adanya proses produksi konten dan informasi yang secara mudah dilakukan di dalam media sosial oleh siapa saja termasuk *baby boomers*. Budaya partisipatif ini berkembang didalam media sosial dikarenakan seseorang tidak lagi hanya mengkonsumsi informasi yang didapatnya dalam media sosial, melainkan pada dewasa ini individu sudah dapat membentuk dan memproduksi informasinya sendiri dan nantinya informasi atau konten ini dapat di konsumsi oleh orang banyak melalui media sosial.

Facebook sejauh ini merupakan situs media sosial yang paling sering digunakan oleh generasi *baby boomers*. Facebook dianggap sebagai media sosial yang bagus untuk terhubung dengan keluarga, teman, kolega. Vice Indonesia dalam artikelnya mengatakan bahwa orang yang berusia 65 keatas membagi tujuh kali lebih banyak berita palsu dibandingkan dengan pengguna facebook berusia 18-29 tahun, hal ini juga disebabkan oleh adanya penurunan kognitif yang mengakibatkan generasi ini mudah percaya dengan apa yang mereka lihat atau baca di internet dan media sosial.

Alasan utama dalam mengkonsumsi berita dari media sosial daripada media lainnya dikarenakan media sosial sering kali *real-time*, cepat dan lebih murah, lebih mudah untuk berkomentar, berdiskusi, dan berbagi dengan pengguna

lain. Seseorang biasanya memeriksa ponsel mereka lebih dari 80 kali dalam sehari, setiap 12 menit sebagai estimasi dan sebagian besar dihabiskan untuk berinteraksi dengan facebook, Instagram, snapchat dan media sosial lainnya. Dilihat dari hal ini, dapat dikatakan bahwa media sosial menjadi sesuatu yang harus ada dalam kehidupan seseorang ataupun masyarakat, dikarenakan keefektifkan dan kemudahan yang diberikan oleh sosial media dalam kehidupan seseorang ataupun masyarakat dalam mendapatkan informasi.

Sumber (*source*) informasi yang berada di media sosial sangatlah beragam. Sumber yang memberikan informasi sering kali memaparkan informasi yang sama sekali tidak memiliki pondasi atau kebenaran dari suatu informasi yang dibagikan (*posting*). Dengan menganalisis sumber informasi yang ada menjadi hal pertama yang harus dilakukan untuk mendapatkan informasi yang terpercaya (*credible*) baik secara isi, sumber dan tujuan dari informasi ini dipublikasikan. Sumber (*source*) menjadi hal yang paling sederhana yang harus diperhatikan dalam memanfaatkan informasi di media sosial. Dengan memiliki sumber terpercaya informasi yang harusnya diinformasikan memiliki isi yang secara kualitas dapat dipercaya.

New York Times, CNN, Kompas, Vice merupakan contoh dari beberapa media yang memberikan sumber (*source*) yang secara kualitas informasi sangatlah bagus. Sumber informasi juga menjadi acuan agar informasi yang didapat memiliki sumber yang terpercaya dan selalu menyediakan informasi yang tidak mengandung ambiguitas. Mengonsumsi berita-berita atau informasi dari sumber yang memiliki kredibilitas yang baik, merupakan salah satu hal yang dapat membantu dalam menjauhkan hoaks dari kehidupan sehari-hari.

Akan tetapi dapat kita lihat kebanyakan generasi *baby boomers* sering kali membagikan informasi dengan mengabaikan sumber informasinya. Hal ini sering sekali dijumpai di halaman facebook ataupun *whatsapp* yang mana informasi yang dibagikan didapat dari youtube, ataupun blog yang secara konten tidak layak untuk dibaca atau secara kualitas informasi yang diberikan perlu dipertanyakan dan dikaji ulang. Sifat acuh dan mengabaikan sumber dari informasi yang didapat merupakan salah satu bentuk kurangnya literasi dari generasi *baby boomers*.

Kejadian seperti ini sangat sering terjadi belakangan ini, dilihat ketika momentum pemilu 2019 yang mana penyebaran hoaks di media sosial sangatlah banyak. Salah satu dampak penyebaran dari berita ini menyebabkan informasi yang diterima masyarakat memiliki konsep yang tidak benar adanya. Penyebaran informasi yang berupa informasi kebencian dengan menyebarkan informasi bohong atau jahat tentang calon presiden merupakan bentuk nyata dari dampak akan hoaks dalam media sosial. Hal ini dilakukan untuk mempengaruhi orang lain dengan informasi yang dibagikan, yang mana informasi ini masih jauh dari fakta.

Hoaks sendiri diciptakan untuk membentuk wacana dalam masyarakat. Wacana yang terbentuk dari hoaks dapat membentuk ideologi baru. Media sosial menjadi tepat banyaknya berita bohong dan penyebaran kebencian. Pemilu menjadi hal yang menjadi sorotan, bagaimana hoaks dan kebencian dapat ditemukan di media sosial, dikarenakan teknologi informasi dan media semakin berkembang. Hal ini pun memberikan *platform* atau tempat bagi masyarakat untuk menyampaikan dan berbagi informasi serta apresiasi.

Power and Knowledge memiliki kekuatan dalam membentuk wacana yang ada di masyarakat. Wacana dalam pikiran atau perspektif Foucault dalam Haryatmoko (2010), merupakan sesuatu yang digunakan untuk memproduksi sesuatu yang lainnya dimana sebelum bertindak dan bertutur seseorang diatur dengan adanya wacana yang sudah ada di masyarakat. Sehingga menghasilkan sebuah tindakan dari wacana itu untuk dapat memproduksi sesuatu yang lain.

Analisis wacana yang diungkapkan Foucault dimana makna yang ada dalam sebuah teks dengan kekuasaan dan pengetahuan, dipaparkan bahwa analisis wacana merupakan sebuah kekuasaan yang bekerja melalui interaksi, jaringan dan relasi. Foucault juga memaparkan bahwa kekuasaan dapat membentuk dan menghasilkan pengetahuan sendiri tentang suatu kebenaran dan pengetahuan yang muncul berupa wacana yang tidak akan berhenti. Wacana sendiri juga dapat mendisiplinkan seseorang, sebagaimana memaknai mana yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan. *Power & Knowledge* berupa wacana yang dapat mengatur seseorang dalam masyarakat.

Generasi *baby boomers* memiliki peran yang cukup besar dalam penyebaran informasi ini, diatas dikatakan bahwa *baby boomers* sering dalam

mengonsumsi berita bohong dan ini dikarenakan mudahnya mereka dalam mempercayai informasi yang diperoleh dari internet. Hal ini disebabkan lagi karena kognitif dari *baby boomers* sendiri sudah tidak sebaik generasi milenial. Akan tetapi dengan adanya literasi media sosial, literasi ini memberikan gambaran bagaimana sebuah informasi dapat dikelola dan dianalisis dengan konsep yang cukup mudah dan dimengerti bagi *baby boomers*.

Literasi media sosial dapat menjadi benteng akan hoaks, dimana literasi media sosial memberikan pandangan lebih bagaimana informasi yang didapat di media sosial diperlukannya beberapa proses untuk mengerti. Untuk nantinya informasi atau konten ini tidak memiliki dampak yang merugikan bagi masyarakat atau diri sendiri.

Dilihat dari cepatnya perkembangan media sosial, dan perilaku generasi *baby boomers* dalam memanfaatkan teknologi informasi media sosial yang kurang baik. Sekiranya pembahasan mendalam akan pentingnya literasi media sosial bagi *baby boomers* perlu dikaji lebih lagi. Untuk itu peneliti melakukan penelitian tentang bagaimana literasi informasi media sosial dalam menggunakan media sosial pada generasi *baby boomers* di Kota Padang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan diatas, maka penulis merumuskan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana generasi *baby boomers* Kota Padang memanfaatkan media sosial di dalam kehidupannya?
2. Bagaimana kompetensi literasi media sosial generasi *baby boomers* Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, didapatkan tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana generasi *baby boomers* Kota Padang memanfaatkan media sosial didalam kehidupannya.
2. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana kompetensi literasi media sosial *baby boomers* di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah pada disiplin Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga. Khususnya akan komponen literasi media sosial pada generasi *baby boomers* di Kota Padang dan bagaimana seharusnya konten dan informasi di media sosial. Penelitian ini dirasa mampu menyediakan referensi baru bagi mahasiswa dengan persoalan yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi gambaran agar masyarakat dapat memanfaatkan media sosial bukan hanya sekedar mencari informasi menikmati konten akan tetapi dapat memahami literasi media sosial sebagai dasar dari penggunaan media sosial di masyarakat terutama generasi *baby boomers* dan nantinya penelitian ini juga dapat berguna bagi kegiatan akademik mahasiswa.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Manfaat/ Pemanfaatan

Media sosial sendiri memang sudah dijadikan sebagai sarana untuk berinteraksi antara pengguna yang mana media sosial memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah. Dalam perkembangannya media sosial muncul sebagai media baru yang banyak diminati, sehingga menjadi hal yang dibutuhkan oleh banyak kalangan masyarakat dan banyak memiliki manfaat baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Manfaat merupakan kata dasar dari pemanfaatan yang berarti guna atau kata lainnya dapat diartikan berfaedah. Dalam media sosial manfaat dari media sosial sendiri dapat berupa faedah yang dihasilkan, dikarenakan pemanfaatan platform media sosial sendiri memberikan atau meningkatkan koneksi sosial seseorang. Media sosial meningkatkan hubungan sosial seseorang dan hal ini pun meningkatkan kualitas kehidupan dalam bersosial pada usia yang lebih tua.

Media sosial dikatakan sebagai salah satu tempat untuk seseorang membangun citra diri di depan orang lain, dapat berupa pembangunan popularitas dan eksistensi diri yang mana hal ini menghasilkan kepuasan tersendiri bagi kebanyakan orang (Puntoadi, 2011).

Pengertian pemanfaatan dalam hal ini merupakan suatu perolehan atau pemakaian akan hal-hal yang berguna baik yang didapatkan secara langsung ataupun tidak langsung yang mana hal tersebut memberikan sebuah manfaat. Pemanfaatan media sosial dimana dikatakan media sosial memungkinkan penggunaannya untuk melakukan banyak hal, dimana diantaranya membuat blog sendiri dan memungkinkan untuk mengobrol, mengirim pesan, berbagi photo video, dan file, juga dapat membahas topik tertentu yang dibagikan orang lain. Hal ini memungkinkan untuk mengomentari konten dari orang lain di media sosial.

Pemanfaatan media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana *knowledge sharing* dimana *knowledge sharing* sendiri memungkinkan individu untuk bertukar informasi, ide, saran, gagasan ataupun pengalaman yang pada akhirnya dapat memunculkan sebuah gagasan ataupun pengetahuan baru (Nonaka & Toyama, 2015). Aktivitas ini sangat berguna bagi seseorang dikarenakan melalui pengetahuan yang didapat dan disebarluaskan tercipta suatu pengetahuan baru yang bermanfaat bagi individu maupun kelompok.

Boyd dalam Adnan (2018) juga memaparkan bahwasanya media sosial memungkinkan seseorang melakukan hal dulu yang tidak mungkin dilakukan, seperti menjalin pertemanan baru, tetap terhubung dengan teman dan keluarga, bertukar ide dan berbagi konten.

Dalam fokus lain, media sosial dalam pemanfaatannya pada kehidupan seseorang dapat meningkatkan fungsi kognitif, dikarenakan adanya dimensi perhatian, kecepatan akan pemrosesan, memori yang bekerja, dan kontrol akan penghambatan (Kelly Quinn, 2018). Fungsi kognitif seorang terbangun atau meningkat dengan adanya atau seringnya penggunaan dari media sosial itu sendiri. Eid dan Al-Jabri (2016) memaparkan bahwa media sosial juga menyediakan cara mudah pertukaran pengetahuan dan berupa kolaborasi *peer-to-peer*, dimana pengguna dapat mendapatkan informasi dan pertukaran informasi secara mudah dan efisien bagi penggunaannya.

Menjaga hubungan sosial memiliki makna yang sangat luas dan dianggap sebagai salah satu elemen kunci dalam penuaan secara baik. Jarak geografis, mobilitas yang terganggu, rasa kesepian dan kebutuhan akan kontak sosial, hal ini

dapat diatasi dengan terlibat dalam kontak sosial walaupun hanya melalui media sosial (Leist, 2013).

1.5.2 Literasi Media Sosial (*Social Media Literacy*)

Gagasan akan media sosial sendiri merupakan suatu fenomena media digital baru seperti blog, situs jejaring sosial, layanan berbasis lokasi, foto, video, dll, dimana penggunaanya dapat melakukan komunikasi satu dengan yang lain. Hal ini juga dapat digunakan untuk membuat berbagai jenis konten secara online melalui perangkat seluler (Boyd, 2008).

Media sosial dikatakan sebagai alat komunikasi yang dapat digunakan oleh pengguna dalam proses atau interaksi sosial, akan tetapi untuk definisi media sosial itu sendiri perlu melihat hubungan individu dengan perangkat media (Nasrullah, 2015). Media sosial dikatakan sebagai sebuah revolusi yang mana mampu mengubah pandangan dan pikiran seseorang, juga dikatakan realitas dalam media sosial bersifat maya dan *augmented*.

Kehadiran media sosial memunculkan konseptual literasi media sosial. Konsep literasi media sosial ini memberikan gambaran bahwasanya media sosial sangatlah berperan penting dalam membangun opini seseorang akan suatu hal. Karen Tillman memaparkan bahwa konsep literasi media sosial sendiri berupa kemampuan yang dimiliki untuk berkomunikasi dengan tepat, bertanggung jawab dan dapat mengevaluasi percakapan secara kritis dalam teknologi berbasis sosial.

Literasi media sosial juga didefinisikan sebagai pemikiran kritis akan suatu media sosial yang mencakup keterampilan dan pengetahuan yang dimanfaatkan untuk menganalisis, mengevaluasi, memproduksi serta berpartisipasi di dalam media sosial. Literasi media sosial juga berupa pemahaman akan motif dari orang lain baik dalam memposting, menyeleksi ataupun memodifikasi gambar (Thoman dan Jolls, 2004).

Luasnya dampak media sosial di dalam masyarakat membuat seseorang harus kritis dalam memilah dan memilih informasi yang mana informasi berupa fakta dan informasi yang bersifat opini. Pemahaman akan literasi media sosial dapat mengembangkan kompetensi penggunaan media sosial termasuk generasi *baby boomers*. Karena hal tersebut dapat menjadi pembelajaran seumur hidup (*life long learning*).

Kombinasi revolusi akan internet, jejaring sosial dan revolusi ponsel menjadi penting untuk mengerti bagaimana mengintegrasikan literasi media sosial dalam pendidikan dan kehidupan. Kaplan dan Haeleijn dalam Hadewijch dan Pieter (2013) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi yang berbasis internet yang dikembangkan berdasarkan ideologis dan teknologi. Hadewijch dan Pieter (2013) memaparkan kerangka teori akan kerja konseptual literasi media sosial yang dimana kerangka ini mencakup 3 kompetensi utama, antara lain:

1. Kompetensi praktis
2. Kompetensi kognitif
3. Kompetensi afektif

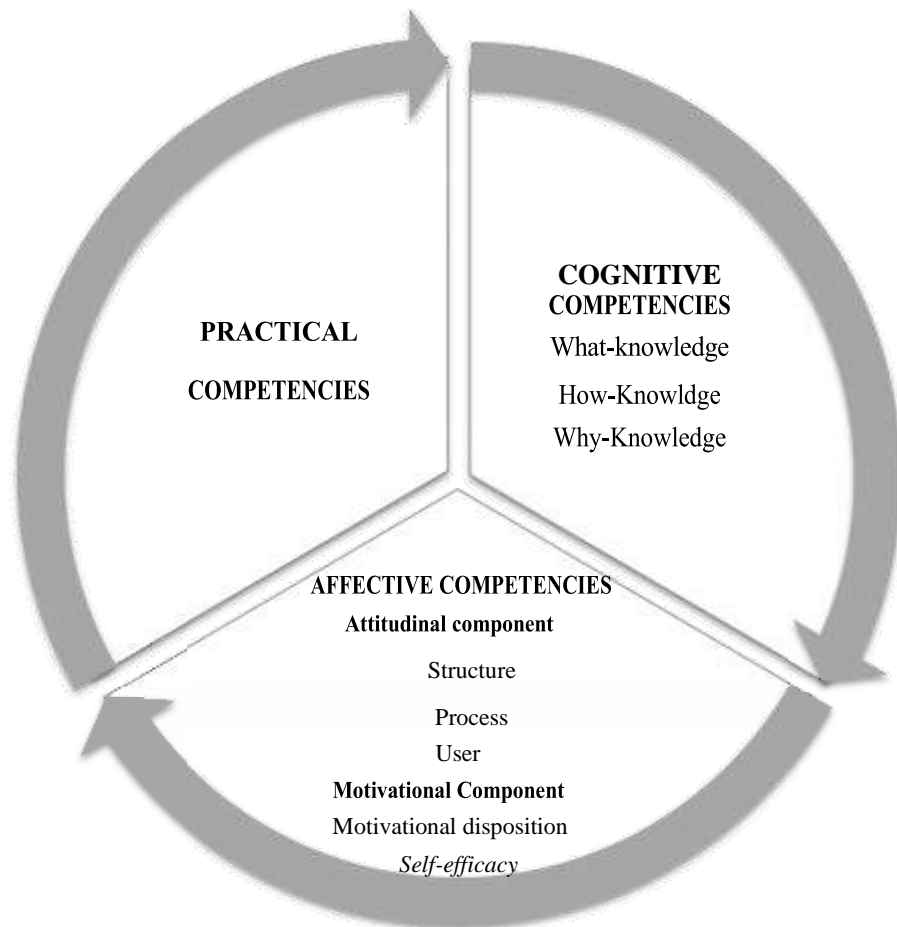
Ketiga kompetensi ini diperlukan dalam membenahi informasi, berkomunikasi, berbagi dan membuat konten dengan orang lain melalui media sosial. Dengan kata lain ketiga kompetensi utama ini diperlukan dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan membuat konten di media sosial dalam berbagai konteks.

Budaya partisipatif juga menjadi pandangan lebih dalam konsumsi konten pada media sosial, dimana pada budaya partisipatif ditandai dengan adanya partisipasi aktif masyarakat dalam memilih, menciptakan, mengkritik dan berbagi konten di media sosial. Seseorang dalam sosial media tidak hanya dianggap sebagai konsumen, melainkan sudah berada di tahap prosumer (produser dan konsumen). Individu dapat menciptakan konten dan membagikan konten untuk dikonsumsi orang lain. Dengan adanya budaya partisipatif dalam bermedia sosial diperlukan pondasi yang kuat dalam proses konsumsi dan produksi informasi itu sendiri.

Hadewijch dan Pieter (2013) mengungkapkan bahwa literasi media sosial menyangkut kompetensi praktis, kognitif dan afektif, yang mana hal ini dibutuhkan dalam mengakses media sosial. Sehingga seseorang dapat menganalisis, mengevaluasi dan memproduksi konten di media sosial. Kerangka konseptual yang digambarkan Hadewijch dan Pieter adalah lingkaran konsep yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Setiap kompetensi literasi media sosial

didalamnya saling mendukung kompetensi yang lainnya sebagai proses pembelajaran non-linear dan dinamis.

Kompetensi kognitif digunakan untuk menganalisis dan mengevaluasi konten dalam media sosial, sedangkan kompetensi praktis digunakan untuk membuka dan membaca konten. Kompetensi afektif merupakan sikap seseorang dalam bermedia sosial. Dengan begitu, literasi media sosial memiliki keterkaitan dengan ketiga kompetensi kognitif, praktis dan afektif. Berikut ini adalah kerangka konsep literasi media sosial:



Gambar 1. Kerangka kerja literasi media sosial (Hadewijch dan Pieter, 2013)

Kompetensi praktis sebagai kepandaian secara manual dalam penggunaan alat teknis dan aplikasi media sosial. Kompetensi praktis ini berkaitan dengan teknologi itu sendiri, sedangkan kompetensi kognitif diperlukan untuk berurusan dengan konten media sosial. Alexander van Deursen dan van Dijk dalam

Hadewijch dan Pieter (2013), menyebutkan bahwa kompetensi praktis menyangkut pengeoperasian media digital, sebagai contoh bisa atau tidaknya membuka aplikasi media sosial dengan memasukan URL pada browser, mengoperasikan komputer, jaringan perangkat keras dan perangkat lunak.

Kompetensi praktis berdampak juga pada penciptaan konten yang terdapat dalam media sosial. Karena kompetensi praktis ini menjadi kemampuan awal dalam literasi media sosial, dimana kompetensi praktis disebut sebagai kemampuan fungsional dasar yang harus dikuasai dalam mengakses teknologi dan menciptakan konten dalam media sosial. Hadewijch dan Pieter (2013), memaparkan bahwasanya kompetensi praktis betugas untuk menjadi dasar yang harus dimiliki seseorang dalam melakukan akses akan media sosial.

Kompetensi kognitif meliputi pengetahuan sebagai hasil dari asimilasi informasi melalui pembelajaran. James dan Everett dalam Hadewijch dan Pieter (2013), kategori yang paling tepat dengan kategori kognitif merupakan *what-knowledge*, *how-knowledge* dan *why-knowledge*. *What-Knowledge* adalah pengetahuan dasar yang diperlukan untuk mengakses teknologi media, layanan, dan konten media. Kategori ini digambarkan sebagai individu yang mampu mengetahui peraturan privasi terbaru di media sosial, serta langkah-langkah untuk mengubahnya.

Sedangkan *how-knowledge* dan *why-knowledge* berupa penggunaan logika analitik dan pemikiran kritis yang disebut dengan kompetensi kognitif kritis. Hadewijch dan Pieter (2013) menyebutkan bahwa kompetensi ini sangatlah dekat atau memiliki kemiripan dengan literasi kritis yang saling melibatkan kemampuan analisis dan evaluasi sebagai 2 hal yang saling berkesinambungan atau berkaitan.

Kompetensi ini digunakan ketika seseorang mendapatkan dan menciptakan konten yang mereka peroleh melalui media sosial. Dalam hal ini pengguna dituntut untuk menilai secara kritis informasi yang mereka temukan dalam banyaknya informasi yang beredar di media sosial. Dengan memanfaatkan kemampuan kognitif ini seseorang dapat menilai sesuatu secara lebih kritis, seperti latar belakang politik, budaya, sosial dan historis. Serta dapat mengetahui alasan dibalik pengiriman pesan atau informasi di media sosial. Tentunya

kemampuan ini berkaitan dengan kemampuan kognitif seseorang dalam bermedia sosial.

Kompetensi kognitif yang dikatakan memiliki kesamaan konsep dengan literasi kritis ditunjukkan dengan adanya gambaran dari literasi kritis untuk tidak mudah mempercayai, mengkomunikasikan, atau menggunakan apa yang ditulis oleh orang lain di media sosial. Akan lebih baik jika melakukan identifikasi kritis terlebih dahulu. Melakukan *double checking* akan informasi yang terdapat di media sosial, melihat latar belakang penulis, mengetahui sumber informasi yang digunakan serta keakuratannya. Kemampuan kritis merupakan bagian dari kemampuan kognitif untuk membentuk individu agar dapat mengasah kemampuan berpikir mereka. Individu yang kritis biasanya menjadi individu yang memiliki tingkat keingintahuan intelektual (*intellectual curiosity*) yang tinggi.

Dalam kompetensi ini sendiri, seseorang dapat mengerti bagaimana informasi dari media sosial diperlakukan. Karena dalam media sosial hoaks sering kali disebarkan untuk membentuk suatu wacana, dimana wacana ini sendiri dapat menghasilkan ideologi wacana baru di masyarakat. Maka untuk mengatasi wacana ini perlu adanya kompetensi kognitif berupa pemakaian media sosial secara kritis. Sehingga wacana yang diciptakan dalam hoaks tidak mempengaruhi diri sendiri dan masyarakat.

Dari hasil paparan diatas, kemampuan kognitif didefinisikan sebagai analisis kritis dan evaluasi akan sebuah motif. Dapat dikatakan bahwa kompetensi praktis tidak dapat dipisahkan dengan kompetensi kognitif. Karena apabila pengguna mampu melakukan analisis terhadap konten di media sosial, namun tidak dapat membuka ataupun memberi komentar terhadap konten tersebut, maka kompetensi praktis dan kognitif tidak berjalan bersamaan. Hal ini akan menimbulkan ketimpangan dalam penerapan kompetensi-kompetensi itu sendiri.

Disamping adanya kompetensi kognitif dan kompetensi praktis terdapat kompetensi afektif yang juga relevan terhadapnya. Tindakan terakhir untuk menerapkan kemampuan kognitif dan praktis tergantung pada bagaimana kompetensi afektif itu sendiri. Kompetensi afektif dikatakan sebagai seseorang yang mampu memposisikan emosi atau sikapnya dalam bertindak di media sosial. Sikap ini akan menunjukkan kompetensi *melek* bermedia sosial. Hal ini

dikarenakan sikap dapat menentukan tingkah laku masyarakat di media sosial. Kompetensi afektif juga dapat berupa motivasi, dimana motivasi adalah suatu keadaan internal yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang.

Untuk kompetensi afektif sendiri berfokus pada pengguna sebagai seseorang yang memiliki emosi, dimana keadaan emosi dapat mempengaruhi pilihan sikap dari individu tersebut. Hadewijch dan pieter (2013) memaparkan bahwa kompetensi afektif terdiri dari 2 komponen, yaitu: komponen sikap (*attitudinal component*) dan komponen motivasional (*motivational component*).

a. Komponen sikap (*attitudinal component*)

1. Struktur: Komponen struktur berhubungan dengan karakteristik suatu komunikasi ataupun konten yang berada di media sosial seperti kreatifitas, interaktivitas ataupun komunitas. Dapat dicontohkan sebagai individu yang dapat menilai suatu struktur sebuah informasi yang ada di media sosial sebagai suatu hal yang baik atau buruk bagi individu itu sendiri.
2. Proses: Komponen ini berupa sikap terhadap proses komunikasi atau pertukaran informasi yang memiliki peran penting terhadap bagaimana individu bertindak dalam media sosial. Proses dapat dicontohkan sebagai gambaran apabila ada perdebatan yang terjadi di media sosial tentang suatu isu ataupun informasi, maka reaksi yang muncul dari individu dapat berupa keberpihakan ataupun tidak memihak objek dalam informasi itu. Hal ini disebabkan karena individu tersebut memiliki aktivitas untuk memproses informasi, sehingga mereka dapat menentukan sikap terhadap isu ataupun informasi tersebut.
3. Pengguna: Komponen pengguna dapat digambarkan sebagai individu yang memiliki kontrol atas konten yang diciptakan di dalam media sosial, serta dengan penerima konten yang juga memiliki kontrol penuh akan konten yang diperolehnya dari media sosial. Dapat dikatakan bahwa setiap pengguna memiliki kontrol yang berbeda-beda karena hal ini dapat dipengaruhi oleh banyak

hal termasuk rasa cemas yang timbul akibat reaksi yang ditunjukkan orang lain terhadap konten yang dibagikannya di media sosial.

b. Komponen motivasional (*motivational component*)

1. Motivasi disposisi: Dalam komponen motivasi disposisi dijelaskan bahwa motivasi merupakan hal yang melekat dalam diri seseorang untuk mencari atau mendapatkan suatu keadaan yang mereka inginkan. Keadaan ini didapat dari suatu hal tertentu yang diinginkan, yang mana hal tersebut dapat memotivasi seseorang untuk mencapai suatu hal. Motivasi disposisi yang berhubungan dengan media sosial dicirikan oleh adanya kepedulian untuk meningkatkan keterampilan seseorang untuk melaksanakan tugas tertentu dengan baik atau mendapatkan evaluasi positif dari orang lain.
2. *Self-efficacy*: Komponen *self-efficacy* merupakan suatu keyakinan tentang kemampuan yang dimiliki individu di media sosial dalam melakukan tindakan tertentu. *Self-efficacy* diyakini sebagai tugas spesifik yang diasumsikan untuk mempengaruhi pilihan seseorang, usaha yang dihabiskan, frekuensi penggunaan media sosial, serta mengacu akan keterampilan dan pengetahuan yang berguna di media sosial.

Literasi media sosial merupakan kompetensi yang mencakup beberapa hal seperti kompetensi praktis, kognitif dan afektif yang diperlukan dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi serta menciptakan konten yang nantinya akan disebarkan di media sosial. Sehingga konten yang diciptakan berupa konten yang memiliki nilai dalam informasinya, dan tidak memberikan dampak negatif jika konten tersebut dibagikan ke dalam media sosial.

Rheingold dalam Crook (2012) memaparkan ada lima cara untuk mencapai literasi media sosial, antara lain:

1. Perhatian (*Attention*)

Perhatian dapat dicapai dengan memahami pemikiran seseorang dalam media sosial. Pemikiran seseorang akan informasi sangatlah

berpengaruh terhadap bagaimana informasi yang diberikan dapat diperhatikan dengan baik.

2. Partisipasi (*Participation*)

Partisipasi dalam media sosial menentukan bagaimana seseorang bertindak terhadap konten/informasi yang mereka lihat atau baca. Partisipasi dalam media sosial digolongkan menjadi dua yaitu netizen aktif dan netizen pasif. Netizen aktif digolongkan sebagai pengguna media sosial yang ikut memberikan *post* di media sosial. Sedangkan pengguna pasif merupakan pengguna media sosial yang hanya membaca lini masa media sosial.

3. Kolaborasi (*Collaboration*)

Adanya kolaborasi memungkinkan masyarakat membangun opini dan membangun ide lain akan suatu hal yang dilihat atau dibaca di media sosial.

4. Kesadaran Jaringan (*Network Awareness*)

Jaringan media sosial saat ini diperluas dengan adanya teknologi. Dewasa ini masyarakat menjadi anggota grup whatsapp, komunitas virtual, situs gosip, forum dan organisasi lainnya

5. Pemakaian Secara Kritis (*Critical Consumption*)

Sebelum mempercayai, mengkomunikasikan, atau menggunakan apa yang ditulis oleh orang lain, ada baiknya setiap pengguna melakukan identifikasi terlebih dahulu. Melakukan *double checking* terhadap informasi yang terdapat di media sosial, melihat latar belakang penulis, memperhatikan sumber informasi yang digunakan serta keakuratan didalamnya.

Stecy Goodman (2014) secara sederhana menjabarkan literasi media sosial dalam lima konsep, sebagai berikut:

1. Seluruh media pesan dikonstruksi

Pesan atau informasi di media sosial dikonstruksi atau dibangun dimana tindakan dan interaksi yang dilakukan di media sosial dapat

menciptakan suatu realitas yang akan dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

2. Pesan media membentuk persepsi kita akan suatu realita

Pesan atau informasi yang didapat di media sosial akan membentuk persepsi individu yang nantinya akan membentuk realita sesuai dengan persepsi pengguna.

3. Berbeda *audiens*, berbeda pula cara memahami pesan yang sama

Dalam menyampaikan informasi, cara memahami pesan dan informasi dalam media sosial memiliki perbedaan, dimana setiap audiens media sosial tidaklah sama, termasuk *baby boomers*.

4. Pesan media memiliki dampak komersil

Pesan dalam media sosial dapat mempengaruhi banyak orang, sehingga dengan membagikan informasi di media sosial maka informasi itu akan memiliki dampak yang luas.

5. Pesan media melekatkan sudut pandang.

Pesan dan informasi di media sosial memberikan pandangan baru terhadap suatu hal, setiap individu dapat memiliki pandangan yang berbeda akan pesan dan informasi yang dimuat di media sosial. Konsep yang diperoleh dari literasi media sosial memberikan gambaran bahwa media sosial sangatlah berperan dalam membentuk opini seseorang. Besarnya dampak media sosial membuat seseorang harus mampu serta handal dalam memilah dan memilih informasi yang mengandung fakta dan mengetahui informasi mana yang mengandung hoaks.

1.6 Variabel Penelitian

1.6.1 Definisi Konseptual

1.6.1.1 Manfaat/Pemanfaatan

Manfaat atau pemanfaatan sendiri dapat berupa hal-hal yang diperoleh dari pemakaian terhadap suatu hal. Dalam konteks ini pemakaian terhadap media sosial menjadi hal yang dapat dilihat sisi manfaatnya dalam kehidupan *baby boomers*, dimana media sosial memberikan guna atau faedah dalam kehidupan *baby boomers*. Pemanfaatan sendiri diartikan sebagai suatu hal yang memiliki guna atau faedah yang dihasilkan.

Pemanfaatan penggunaan media sosial merujuk kepada aktifitas sosial untuk pengembangan sosial berupa koneksi sosial, hubungan sosial, eksistensi diri, popularitas serta pertemanan baru. Hal-hal tersebut memberikan dampak dalam kehidupan bersosial seseorang di media sosial.

Eksistensi diri dapat dikaitkan dengan seberapa sering pengguna membagikan konten di media sosial. Popularitas dapat digambarkan juga dengan seberapa banyak *like* ataupun komentar yang didapat pada konten yang dibagikan di media sosial. Hingga bagaimana pertemanan baru dapat terjadi di media sosial melalui interaksi-interaksi yang dilakukan di media sosial itu sendiri.

1.6.1.2 Literasi Media Sosial

Literasi media sosial dapat diartikan sebagai sebuah pemikiran kritis seseorang yang terlatih dalam menggunakan media sosial. Terlatih dalam konteks ini dapat diartikan sebagai seseorang yang dapat mengaplikasikan sumber informasi yang berada di media sosial dengan memanfaatkan 3 kompetensi utama dari literasi media sosial yakni kompetensi praktis, kompetensi kognitif dan afektif.

1. Kompetensi Praktis merupakan kompetensi awal dari ketiga kompetensi yang dimiliki literasi media sosial. Kompetensi ini berhubungan dengan kepandaian seseorang dalam memanfaatkan teknologi informasi. Dalam media sosial kompetensi ini dapat berupa kemampuan seseorang untuk membuka konten, membuka link, mengoperasikan aplikasi dll.
2. Kompetensi kognitif dapat berupa kemampuan dalam menganalisis dan mengevaluasi konten sosial media, juga dapat diartikan sebagai pengetahuan dasar dan pemikiran kritis yang dimiliki seseorang dalam mengakses teknologi media ataupun media sosial. Kompetensi ini berkaitan erat dengan kemampuan berpikir yang dimiliki oleh seseorang.
 - a. *What-Knowledge* : Pengetahuan awal yang diharuskan dalam melakukan akses teknologi media baik berupa konten ataupun layanan.
 - b. *How- Knowledge* : Berupa pengetahuan yang memiliki kepentingan untuk dapat menganalisis dan mengidentifikasi informasi terbaru dan akurat di media sosial.

- c. *Why- Knowledge* : Berupa pengetahuan yang memiliki tujuan untuk mengkritisi informasi atau konten yang terdapat dalam media sosial, seperti menyimpulkan tujuan dibalik pembuatan sebuah konten.
3. Kompetensi Afektif dapat diartikan sebagai emosi serta sikap dari seseorang ketika sedang menggunakan media sosial. Kompetensi ini sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti 2 dimensi dari 2 komponen berupa komponen sikap (*attidinal component*) dan komponen motivasional (*motivastional component*). Dalam setiap komponen terdapat atau terdiri dari berbagai aspek yang diperlukan dalam menentukan kompetensi afektif yang dimiliki suatu individu dalam bermedia sosial.
 - a. Komponen sikap (*attidinal component*)
 1. Struktur: Sikap emosional seseorang dalam menilai konten kreatif, interaktivitas ataupun komunitas dalam media sosial.
 2. Proses: Sikap emosional dalam menilai resiko komunikasi dan konten dalam media sosial.
 3. Pengguna: Sikap emosional dalam menilai kontrol akan diri sendiri dan pengguna media sosial terhadap konten yang diperoleh di media sosial.
 - b. Komponen motivasional (*motivational component*)
 1. Motivasi disposisi: Motivasi disposisi yang berkaitan dengan media sosial dicirikan oleh kepedulian seseorang untuk meningkatkan keterampilan seseorang. Sehingga mereka mampu melaksanakan tugas tertentu dengan baik atau mendapatkan evaluasi yang bersifat positif dari orang lain.
 2. *Self-efficacy*: adalah keyakinan individu terhadap kemampuan dalam bermedia sosial dan berupa kepedulian individu dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan untuk dapat melakukan tugas tertentu dengan

baik yang mana hal ini dapat menghasilkan evaluasi atau reaksi positif dari orang lain.

1.6.2 Definisi Operasional

1.6.2.1 Manfaat Media Sosial

- Media sosial apa saja yang digunakan *baby boomers*
- Aktifitas sosial selama berada di media sosial
- Pengembangan sosial berupa koneksi sosial, eksistensi diri

1.6.2.2 Literasi Media Sosial

A. Komponen Praktis (*Practical Competencies*)

- Kemampuan mengoperasikan perangkat digital (*Handphone*, laptop, pc) untuk mengakses media sosial
- Kemampuan menciptakan konten di media sosial
- Kemampuan memahami sistem link di media sosial
- Kemampuan mengoperasikan fitur-fitur yang terdapat di media sosial (misal: Tag, *forward*)

B. (*Cognitive Competencies*)

a. What -Knowledge

- Kemampuan mengatur privasi pengguna di media sosial
- Kemampuan mengakses konten dan layanan di media sosial
- Kemampuan menggunakan kata kunci di media sosial

b. How-Knowledge

- Kemampuan menganalisis sumber informasi/konten
- Kemampuan memeriksa keterbaruan informasi/konten
- Kemampuan menilai keakuratan informasi/konten

c. Why-Knowledge

- Kemampuan menyimpulkan informasi/konten di media sosial.
- Kemampuan menentukan tujuan dari diciptakan konten di media sosial

C. Komponen Afektif (*Affective Competencies*)

1. Komponen Sikap (*attitudinal component*)

a. Struktur

- Penilaian terhadap konten kreatif dalam media sosial
- Penilaian terhadap interaktivitas dalam media sosial

- Penilaian terhadap komunitas dalam media sosial
 - b. Proses
 - Penilaian terhadap resiko komunikasi di media sosial
 - Penilaian pertukaran informasi dalam media sosial
 - c. Pengguna
 - Penilaian kontrol diri sendiri terhadap konten dalam media sosial
 - Penilaian kontrol orang lain terhadap konten di media sosial.
2. Komponen Motivasi (*motivational component*)
- a. Motivasi Disposisi
 - Kepedulian untuk meningkatkan keterampilan dalam bermedia sosial dalam tugas-tugas
 - Kepedulian untuk mendapatkan evaluasi positif terhadap konten media sosial dari orang lain.
 - b. *Self-efficacy*
 - Keyakinan dengan keterampilan dalam bermedia sosial
 - Keyakinan dengan pengetahuan dalam media sosial

1.7 Metodologi

1.7.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan untuk berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang tentunya memiliki langkah-langkah yang sistematis. Metode penelitian juga dapat dikatakan sebagai cara ilmiah dalam mendapatkan data yang valid dengan tujuan untuk dikembangkan, dibuktikan agar suatu pengetahuan tertentu dapat digunakan dalam memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian memberikan cara dalam mengumpulkan, mengurutkan, dan menganalisis informasi sehingga informasi yang dianalisis sampai pada beberapa kesimpulan. Jika metode yang digunakan tepat, maka penelitian yang dilakukan akan memunculkan kesimpulan yang memiliki validitas, dan menghasilkan pengetahuan baru. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui literasi media sosial dalam kalangan generasi *baby boomers* di Kota Padang.

1.7.2 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel, ataupun bisa lebih (*independent*) tanpa adanya perbandingan, Jadi tipe penelitian ini tidak ditujukan untuk mencari hubungan sebab-akibat dari suatu variabel (Sugiyono,2012). Metode penelitian ini bertujuan untuk mencari informasi tentang suatu fenomena dengan didefinisikan dengan jelas tujuan yang akan dicapai, merencanakan cara pendekatannya, mengumpulkan data sebagai bahan untuk membuat laporan penelitian. Serta tidak mencari hubungan atau pengaruh hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Jenis penelitian ini dipilih dikarenakan hasil yang didapat dari penelitian ini merupakan hasil penjabaran yang luas tetapi tidak mendalam. Penelitian deskriptif diadakan untuk mendeskripsikan akan suatu peristiwa, kejadian dan gejala yang berlangsung secara faktual, sistematis, dan akurat. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan peristiwa yang menjadi inti dari penelitian dengan objektif tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut. Penelitian ini menggambarkan data kuantitatif yang diperoleh menyangkut keadaan subjek atau fenomena dari sebuah populasi, populasi disini adalah generasi *baby boomers* di Kota Padang.

Berdasarkan penjabaran diatas, penelitian deskriptif kuantitatif merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dan dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini diarahkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai literasi media sosial dalam menggunakan media sosial pada generasi *baby boomers* di Kota Padang.

1.7.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang telah ditentukan oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan tujuan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan. Lokasi penelitian yang ditentukan oleh peneliti yaitu di Kota Padang. Adapun pertimbangan dalam memilih Kota Padang sebagai lokasi penelitian yaitu:

- Alasan dalam pemilihan lokasi di Kota Padang, yaitu masih belum adanya penelitian yang meneliti secara khusus tentang literasi media sosial dalam menggunakan internet pada generasi *baby boomers* di Kota Padang.
- Kota Padang menjadi objek yang paling dekat dengan peneliti, pemilihan Kota Padang disebabkan oleh adanya faktor kendala akibat pandemik Covid-19 yang mengharuskan penulis untuk memindahkan lokasi penelitian yang awalnya Kota Surabaya menjadi Kota Padang. Hal tersebut dikarenakan adanya kebijakan PSBB yang mana hal tersebut menyulitkan peneliti dalam melakukan penelitian. Dengan begitu Kota Padang menjadi pilihan lokasi yang tepat dalam penelitian ini.

1.7.4 Populasi

Populasi digunakan dalam penelitian untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi sasaran dan fokus dalam penelitian (Buhan Bungin,2018). Populasi (*population/univers*) dikaitkan dengan keseluruhan objek dalam penelitian, yang digunakan sebagai sumber data utama yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan. Populasi dalam penelitian ini merupakan generasi *baby boomers* yang berada atau tinggal di Kota Padang.

1.7.5 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2010). Yang mana dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan bagian atau wakil dari jumlah karakteristik populasi yang diteliti. Sampel disebut sebagian kecil anggota dari populasi, yang mana sebagian kecil ini dapat mewakili populasinya. Oleh karena itu, sampel harus dilihat sebagai suatu gambaran dari populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penarikan sampel *non-random sampling*. Untuk menjadi bagian dari sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dengan adanya syarat untuk menjadi sampel. Berikut merupakan syarat yang harus dimiliki reponden penelitian, antara lain:

- a. Merupakan individu kelahiran 1945-1969 yang dikategorikan sebagai generasi *baby boomers*.
- b. Generasi *baby boomers* ini harus berlokasi dalam wilayah Kota Padang.

- c. *Baby boomers* yang memiliki dan aktif dalam menggunakan media sosial.

Dengan ketentuan tersebut, maka sampel yang diambil untuk mewakili populasi di dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Berdasarkan Trankel dan Wallen (dalam O'Dwyer, 2014) bahwa "*recommended sampling with minimum of 100 individuals*". Pernyataan ini menjadi pedoman bagi penulis dalam pengambilan jumlah responden, akan tetapi dalam penelitian ini penulis akhirnya memutuskan hanya mengambil 75 responden. Keputusan tersebut diakibatkan adanya dampak pandemik Covid-19 yang memiliki pengaruh secara langsung terhadap jalannya proses penelitian.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data berupa alat ataupun cara-cara yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data untuk penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa sumber data, antara lain:

1. Kuesioner atau Angket

Burhan Bungin (2018) mengatakan bahwa metode angket disebut juga sebagai metode kuesioner yang merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, untuk kemudian dibagikan untuk diisi oleh responden penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner atau angket akan diisi secara langsung oleh responden. Jenis kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang bersifat deskriptif, dimana kuesioner ini digunakan untuk melihat kegunaan media sosial dan kompetensi literasi media sosial oleh *baby boomers* di Kota Padang.

2. Studi Pustaka

Pengumpulan data studi pustaka dilakukan dengan cara menggunakan beberapa studi literatur yang telah ada serta relevan dengan konteks penelitian ini. Studi pustaka berasal dari literatur seperti buku-buku, catatan-catatan ataupun laporan-laporan yang memiliki hubungan dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti. Studi pustaka bertujuan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang telah dilakukan sebelumnya dengan cara mempelajari, menganalisis bagian literatur yang tentunya berkaitan dengan masalah yang diteliti. Hal ini dipergunakan

untuk mendukung data-data yang telah didapatkan di lapangan sebagai perbandingan teori dengan hasil data yang didapatkan. Secara umum data sekunder didapat dengan melakukan *browsing* di internet, hasil dari penelitian terdahulu, membaca literatur yang telah ada, ataupun sumber-sumber lain yang relevan.

3. Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan mengamati langsung kondisi lapangan yang akan diteliti. Data yang didapatkan dari hasil observasi tidak memiliki ketajaman data yang baik akan tetapi dapat membantu menjadi sumber pendukung lain dalam sebuah penelitian.

1.7.7 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data ini dilakukan ketika semua data yang diperlukan dalam penelitian sudah dirasa cukup dan memadai bagi penelitian. Pada data penelitian kuantitatif, pengolahan data meliputi beberapa tahap, antara lain:

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Pada tahap ini dilakukan pemeriksaan kembali terhadap data yang sudah didapatkan di lapangan. Hal yang harus diperhatikan dalam tahapan *editing* ini yaitu kelengkapan dari isi jawaban, kejelasan makna jawaban, konsistensi antar jawaban, relevansi dan keragaman kesatuan data. Pemeriksaan data (*editing*) dilakukan guna mendapatkan hasil yang bisa dibaca, relevan dan tepat.

2. Pembuatan Kode (*Coding*)

Dimana pada tahapan ini dilakukan pengklasifikasian jawaban responden yang terdapat di kuesioner dengan menggunakan Ms. Excel, sehingga data yang didapat mudah dibaca oleh mesin pengelolaan statistik yang digunakan peneliti, yakni SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

3. Tabulasi

Merupakan tahap akhir dimana data yang sudah diolah dimasukkan ke dalam tabel-tabel yang telah diberi kode. Data tersebut diolah dan dihitung menggunakan mesin pengelolaan data yaitu SPSS untuk

mendapatkan data statistik deskriptif sesuai dengan hasil analisis yang didapatkan peneliti selama penelitian berlangsung.

1.7.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap yang dilakukan ketika semua data sudah terkumpul dan telah diolah menggunakan SPSS22. Teknik ini bertujuan untuk menganalisis data berbentuk numerik ataupun grafis. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif.

Analisis data dapat menggunakan statistik deskriptif dimana dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menyimpulkan data, sehingga penelitian yang ada mudah untuk dibaca dan dipahami. Data yang dianalisis merupakan data yang didapatkan dari kuesioner yang dibagikan langsung di lapangan dengan bantuan media sosial selama masa penelitian.

Sedangkan untuk menentukan kategori tinggi atau rendah, maka dibutuhkan perhitungan untuk menentukan kelas intervalnya:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{banyaknya bilangan}} + \frac{5 - 1}{8} = 0,8$$

Dengan demikian, dapat diketahui tingkatan atau kategori jawaban dari masing-masing variabel, yaitu:

Kategori sangat rendah	= 1,00 – 1,80
Kategori rendah	= 1,81 – 2,60
Kategori sedang	= 2,61 – 3,40
Kategori tinggi	= 3,41 – 4,20
Kategori sangat tinggi	= 4,21 – 5,00