

# Peran Layanan Kesehatan Digital Terhadap Gaya Hidup Generasi Baby Boomers = The Role of Digital Healthcare For Baby Boomers' Lifestyle

Yoceline Amanda Anggita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920542833&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Hanya dalam waktu dua tahun sejak dinyatakan resmi Organisasi Kesehatan Dunia mengenai pandemi COVID-19, banyak perubahan dalam perilaku konsumen telah terjadi. Perubahan kebiasaan manusia yang paling signifikan adalah transformasi menuju kehidupan digital. Pandemi COVID-19 memaksa masyarakat menjalankan rutinitas sehari-hari melalui platform atau media seperti telepon atau internet. Alasan khusus dari keadaan ini adalah penyebaran kasus COVID-19 yang tercatat meningkat pesat (Our World in Data, 2022). Oleh karena itu, pemerintah di seluruh dunia mengatur peraturan untuk membatasi interaksi tatap muka secara ketat untuk mengurangi jumlahnya. Di sisi lain, manusia adalah makhluk sosial, yaitu hampir tidak mungkin hidup tanpa adanya kontak dengan manusia lain. Untuk mengatasi masalah ini, banyak organisasi mengandalkan penerapan teknologi digital untuk menghubungkan orang-orang tanpa melanggar pembatasan COVID-19. Di antara banyak generasi di seluruh dunia, Baby Boomers, yaitu generasi yang lahir antara tahun 1946 hingga 1964, diperkirakan akan menjadi pasar yang potensial karena diyakini akan tumbuh sebesar 0,4 miliar pada tahun 2030 (Organisasi Kesehatan Dunia, 2021). Namun karena generasi ini tidak lahir di era revolusi digital, mereka sering dianggap remeh sebagai target pasar produk-produk teknologi. Dengan usia di atas 50 tahun, Baby Boomers rentan terserang penyakit. Jenis penyakit yang mungkin dialami generasi Baby Boomer mungkin memerlukan kontak fisik dengan dokter. Ketika pandemi COVID-19 mengubah perilaku konsumen ke arah digital, keberadaan layanan kesehatan digital diharapkan dapat diandalkan dan bermanfaat karena dapat mengurangi biaya konsumen dalam memperoleh layanan kesehatan: transportasi atau konsultasi dokter secara langsung. Perilaku seperti ini diharapkan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pemeriksaan mandiri sehingga dapat membantu dokter dalam melakukan diagnosis. Sebagai generasi yang lebih menyukai komunikasi tatap muka, layanan kesehatan digital dapat menimbulkan keraguan terhadap kredibilitas dan keakuratan yang mungkin tidak menarik minat generasi Baby Boomer. ....Within only two years since the official declaration from the World Health Organisation for the pandemic of COVID-19, multiple shifts in consumer behavior have been done. The most significant change in humans' habits is the transformation to digital life. The pandemic of COVID-19 forced the public to operate their daily routine through a platform or media such as the telephone or the internet. The particular reason for this circumstance is the spreading of COVID-19 cases was listed to increase rapidly (Our World in Data, 2022). Therefore, governments worldwide arranged regulations to limit face-to-face interaction strictly to reduce the number. On the other hand, humans are social creatures, i.e., it is almost impossible to live without having another human contact. To solve this problem, multiple organizations rely on the implementation of digital technology to connect people without violating the COVID-19 restriction. Among numerous generations around the world, Baby Boomers, people who were born between 1946 to 1964, are predicted to be a potential market since it is believed to grow by 0.4 billion in 2030 (World Health Organization, 2021). However, since this generation was not born in the digital revolution era, they are often underestimated as a target market for technology products. With age above 50

years old, Baby Boomers are prone to diseases. The type of illness that Baby Boomers could adopt might require doctors' physical contact. As the pandemic of COVID-19 shifts consumer behavior to digital, the existence of digital healthcare is expected to be reliable and beneficial since it could reduce consumers' cost in obtaining health services: transportation or in-person doctor consultation. This sort of behavior is hoped to encourage consumers to execute self-care examinations so that it could help doctors to diagnose. As a generation that prefers face-to-face communication, digital healthcare could generate doubts about credibility and accuracy that might not attract Baby Boomers' interest.