Paparan Media Sosial terhadap Perilaku Pemberian ASI Eksklusif di Kota Pontianak

Arina Nurfianti¹, Murtilita¹, Siti Rahima²

1 Program Studi Keperawatan Fakultas Kedokteran Universitas Tanjungpura

2 RSU Sultan Syarif Mohammad Alkadrie Pontianak

Abstrak

Latar Belakang. Media sosial dianggap sangat efektif dalam mensosialisasikan program kerja pemerintah, maupun menyampaikan informasi yang dapat mengubah persepsi dan perilaku masyarakat. Indonesia saat ini memiliki persentase bayi yang disusui eksklusif sampai 6 bulan hanya 15,3% sehingga berisiko pada kerawanan status gizi dan imunitas. **Metode.** Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dengan menggunakan pendekatan *cross sectional study* pada 35 orang responden di Kota Pontianak. Instrumen penelitian telah melalui uji validitas dan reliabilitas yang sah. **Hasil.** Analisis data Spearman menunjukkan adanya pengaruh paparan media sosial terhadap perilaku menyusui ASI eksklusif ibu di Kota Pontianak. **Kesimpulan.** Media sosial mempengaruhi persepsi individu sehingga berdampak pada perilaku menyusui yang efektif oleh ibu kepada bayinya. Paparan informasi dari media sosial sebagai bentuk dukungan tidak langsung kepada ibu berpengaruh pada perilaku ibu dalam memberikan ASI eksklusif.

Kata kunci: media sosial, menyusui, eksklusif

Background. Social media is argued quite effective in introduce and explaining government task target in order to gain more perspective vision and changing women behaviour. Indonesia nowadays has only 15.3 % breastfeeding mothers to whom they give exclusive breast milk. Infants are risking in lower nutrition state and immunity. **Method.** Correlation analysis was used in this research with cross sectional approach to 35 women in Pontianak. Valid and reliable questionnaire were used in collecting data. **Results.** Datas were analysed by Spearman rho test. Exposure and explanation of social media to mothers about exclusive breastfeeding show significant correlation to exclusive breastfeeding behaviour in Pontianak. **Conclusion.** Social media conduct individual perception through the mass information. It has impact on exclusive breastfeeding behaviour among women. Mother breastmilk and exclusive breastfeeding information through social media are part of supports to women having breastfeeding behaviour for their infants.

Key words: social media, breastfeeding, exclusive

PENDAHULUAN

Data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2010 menunjukkan bahwa pemberian Asi di Indonesia saat ini persentase bayi yang menyusui eksklusif sampai 6 bulan hanya 15,3%¹. Data ini cukup memprihatinkan karena terjadinya kerawanan gizi pada bayi disebabkan karena selain makanan yang kurang juga karena Air Susu Ibu (ASI) banyak diganti dengan susu botol dengan cara dan jumlah yang tidak memenuhi kebutuhan. Padahal diperkirakan 80% dari jumlah ibu yang melahirkan mampu menghasilkan air susu dalam jumlah yang cukup untuk keperluan bayinya secara penuh tanpa makanan tambahan.

Hal ini terjadi karena rendahnya kesadaran masyarakat dalam mendorong peningkatan pemberian asi kepada bayinya. Masalah utama penyebab rendahnya pemberian ASI eksklusif diantaranya faktor sosial budaya, kurangnya pengetahuan ibu – ibu hamil, keluarga dan masyarakat, serta jajaran

kesehatan yang belum sepenuhnya mendukung peningkatan pemberian Asi (PP – ASI)².

Berbagai penelitian pun melaporkan, bayi yang diberi susu formula terancam mengalami obesitas dan lebih rentan pada reaksi hipersensitivitas, gangguan pencernaan makanan dan penggunaan protein terhidrolisis³. Sebagian pada persentase populasi bayi di dunia dapat mengalami reaksi hipersensitivitas pada sistem pencernaan akibat laktosa pada susu formula⁴.

Pemberian susu formula meningkatkan risiko alergi atopik pada anak hingga 24 bulan pertama kelahiran³.

United Nation Children's Fund (UNICEF) menyatakan, sebanyak 30.000 kematian bayi di Indonesia dan 10 juta kematian anak balita di dunia setiap tahunnya bisa dicegah melalui pemberian ASI (Air Susu Ibu) secara eksklusif selama enam bulan sejak kelahiran, tanpa harus memberikan makanan atau minuman tambahan pada bayi. UNICEF juga

menyatakan bahwa bayi yang diberikan susu formula memiliki kemungkinan untuk meninggal dunia pada bulan pertama kelahirannya. Dan peluang itu 25 kali lebih tinggi dibandingkan bayi yang disusui oleh ibunya secara eksklusif⁵.

Berdasarkan keperihatinan terhadap rendahnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai pengaplikasian ASI eksklusif dan pemanfaatan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka pemerintah maupun Lembaga Sosial Masyarakat memanfaatkan media social dalam mensosialisasikannya. Semakin mudahnya mengakses media sosial sehingga informasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat menjadi lebih mudah⁶. Kampanye mengenai ASI eksklusif pun sering ditemukan baik di radio, televisi, media cetak, maupun internet².

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis

korelasi dengan menggunakan pendekatan *cross sectional study*. Populasi dalam penelitian ini adalah ibu menyusui di Kota Pontianak. Metode pengumpulan sampel menggunakan metode *consecutive sampling* (jenis *non probability sampling*). Metode ini merupakan metode sampel non random yang paling baik jika dibandingkan dengan metode *non probability/ non random* lainnya⁷. Sampel yang digunakan berjumlah 35 responden dengan kriteria ibu yang memiliki balita 0-24 bulan. Pengumpulan data dilaksanakan di wilayah komunitas Kota Pontianak pada periode Oktober-Desember 2013.

Instrumen Penelitian

Uji validitas yang dilakukan pada seluruh instrument penelitian ini adalah menggunakan *face validity*, *content validity*. Setiap pertanyaan telah dilakukan uji validitas dengan *face validity*, *content validity*, dan *correlated correction* yang menunjukkan instrument ini valid. Uji

coba instrumen dilakukan kepada 15 orang responden yang berbeda.

HASIL

Berdasarkan karakteristik demografi pada 35 responden ibu ditemukan sebagian besar usia ibu 85.7 % (30 orang) berusia antara 20 -30 tahun. Status pendidikan ibu ditemukan bahwa sebagian besar berpendidikan tinggi yaitu 74.3 % dan hanya 1 orang (2.9 %) yang berpendidikan rendah yaitu tidak tamat Sekolah Dasar. Status pekerjaan ibu menunjukkan bahwa sebagian besar adalah ibu yang bekerja yaitu 60 % (21 orang).

Pada karakteristik jumlah anak 68.6 % (24 orang) menyatakan baru memiliki satu anak dan sisanya adalah ibu dengan anak lebih dari satu. Pada jumlah pendapatan didapatkan data bahwa sebagian besar keluarga (94 %) berpendapatan di atas rata-rata UMR Provinsi Kalimantan Barat. Berdasarkan karakteristik anak, ditemukan bahwa sebagian besar anak dari responden adalah

berusia lebih dari 6 bulan yaitu 71.4 % (25 orang) dengan usia kelahiran cukup bulan (97.1 %) dan berat lahir dalam rentang normal (94.3 %).

Sebagian besar ibu memiliki paparan tinggi atau melebihi paparan rata-rata pada penggunaan media sosial. Berdasarkan analisis frekuensi, dari 35 responden ibu sebanyak 62,9 % responden memiliki paparan media sosial yang tinggi dan sebanyak 37.1 % responden ibu memiliki paparan media sosial yang rendah

Sebagian besar ibu memiliki tingkat pengetahuan yang melebihi rata-rata terhadap ASI eksklusif atau pengetahuan menyusui efektif. Berdasarkan analisis frekuensi, dari 35 responden ibu sebanyak 62,9 % responden memiliki pengetahuan yang tinggi dan sebanyak 37.1 % responden ibu memiliki pengetahuan yang relatif kurang.

Rata-rata sebagian besar ibu telah memberikan ASI eksklusif pada anaknya saat usia 0-6 bulan. Berdasarkan analisis frekuensi, dari 35 responden ibu sebanyak 60 % responden telah memberikan ASI eksklusif pada anaknya saat usia 0-6 bulan dan sebanyak 40 % tidak melaksanakan pemberian ASI eksklusif.

Analisis data bivariat dilakukan dengan uji statistik menggunakan uji Spearman dikarenakan distribusi data tidak normal. Hasil dari uji Spearman didapatkan hasil 0,437 yang berarti bahwa tidak ada pengaruh dan korelasi antara pengetahuan ibu terhadap pemberian ASI namun ada pengaruh dan korelasi antara paparan media sosial terhadap perilaku menyusui ASI eksklusif ibu dengan nilai $p = 0,009$.

PEMBAHASAN

Jika paparan media sosial di media elektronik tidak memiliki pengaruh atau korelasi terhadap pengetahuan ibu untuk

menyusui ASI eksklusif hal ini dapat saja disebabkan oleh adanya informasi dan iklan dari pemerintah yang gencar menggalakkan ASI eksklusif sejak sebelum ASI eksklusif menjadi topik tren di media sosial sehingga para ibu sudah sering mendengar tentang ASI eksklusif selain dari media sosial walaupun tidak dapat dipastikan pengetahuan itu berkorelasi terhadap perubahan sikap dan keputusan untuk menyusui eksklusif karena saat ini iklan susu formula juga semakin banyak dan gencar dengan unggulan pada perbaikan imunitas dan fungsi otak anak.

Tingkat pendidikan ibu yang berbeda juga dapat mempengaruhi cara pandang dan pemahaman terhadap informasi yang didapat mengenai ASI eksklusif¹. Walaupun pada penelitian ini sebagian besar responden (74 %) adalah ibu dengan latar belakang pendidikan tinggi namun banyak faktor yang mempengaruhi pengetahuan ibu selain tingkat pendidikan, misalnya paparan informasi, akses informasi, kemauan mencari informasi.

Melalui paparan media sosial, seorang ibu dapat terpengaruh secara berpikir dan sikap untuk mengambil keputusan tentang menyusui secara eksklusif dan meningkatkan pemahaman terhadap ASI. Media sosial dapat mempengaruhi keputusan ibu dalam inisiasi menyusui, intensitas menyusui, dan durasi dalam menyusui.

Saat ini paparan iklan susu formula melalui media sosial merupakan tantangan bagi penyampaian informasi tentang ASI eksklusif. Iklan susu formula dihubungkan dengan kejadian memendeknya masa menyusui eksklusif dan informasi tentang susu formula tersebut berkaitan dengan berkurangnya intensitas menyusui dan inisiasi spontan dalam menyusui⁸. Penelitian yang dilakukan oleh Zhang menyimpulkan bahwa adanya paparan iklan susu formula pada media sosial sejak awal kehamilan ibu hingga saat persalinan sangat berpengaruh pada keputusan ibu apakah memberikan ASI eksklusif atau susu formula sesaat setelah bayi lahir, justru

para ibu lebih cepat memutuskan untuk memberikan susu formula di awal kelahiran bayi karena paparan iklan tersebut⁸.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Matias, dkk tentang faktor yang mempengaruhi pemberian ASI eksklusif pada ibu di Peru, ditemukan bahwa faktor lain non media juga mempengaruhi inisiasi dan durasi dalam memberikan ASI eksklusif seperti tingkat pendidikan ibu, status IMT ibu, nyeri pada putting yang muncul mulai pada hari ke-4, nyeri pada payudara yang muncul mulai pada hari ke-2, pekerjaan ibu, dan penggunaan DMPA (depot medroxyprogesterone acetate) pada bulan ke-3 atau bulan ke-6 pasca melahirkan. Beberapa faktor tersebut sangat berpengaruh pada perilaku dan kontinuitas ibu dalam menjaga ASI eksklusif untuk bayinya⁹.

Para Ibu di Indonesia khususnya di Kota Pontianak menyatakan bahwa sebanyak 60 % responden memberikan

ASI eksklusif pada bayinya hingga selesai. Para ibu menyatakan media sosial mempengaruhi ibu untuk mengambil keputusan menyusui eksklusif pada usia bayi 0-6 bulan; mempengaruhi ibu untuk tetap menyusui bayinya hingga usia bayi lebih dari 6 bulan; membantu ibu dalam memperoleh tips-tips tentang pemberian ASI eksklusif; mendatangkan dukungan dari suami/ pasangan serta komunitas sesama ibu menyusui; dan membantu ibu dalam menghadapi tantangan dalam menyusui seperti bekerja, produksi menurun, sakit. Jika realitas ini dibawa ke wilayah pedesaan maka belum tentu dapat disamakan karena biasanya di pedesaan perilaku menyusui eksklusif mungkin disebabkan oleh faktor ekonomi dan budaya tradisional

KESIMPULAN

Media sosial mempengaruhi persepsi individu sehingga berdampak pada perilaku menyusui yang efektif oleh ibu kepada bayinya. Paparan informasi dari

media sosial sebagai bentuk dukungan tidak langsung kepada ibu berpengaruh pada perilaku ibu dalam memberikan ASI eksklusif

DAFTAR PUSTAKA

1. Depkes RI. Riset Kesehatan Dasar 2010. 2010. diambil pada tanggal 24 Juni 2013 dari www.litbang.depkes.go.id/...riskesdas2010/Laporan_riskesdas_2010.pdf
2. Depkes RI. Strategi Nasional PP-ASI. 2008. Diambil pada tanggal 24 Juni 2013 melalui www.gizi.depkes.go.id/kebijakan-gizi/.../stranas%20final.doc
3. Morisset, Aubert-Jacquin C, Soulaines P., Moneret-Vautrin DA., Dupont C. A non-hydrolyzed, fermented milk formula reduces digestive and respiratory events in infants at high risk of allergy. *European Journal of Clinical Nutrition*. 2011; 65,175–83
4. Chandra, RK. Food hypersensitivity and allergic diseases. *European Journal of Clinical Nutrition*; 2002, 56, Suppl 3, S54–6. Memorial University of Newfoundland, Janeway Child Health Centre, St John's, Newfoundland, Canada
5. UNICEF. *Breastfeeding Saves More Lives Than Any Other Preventive Intervention*. 2014. http://unicef.org/nutrition/index_24824.html
6. Evans, D. Social Media Marketing An Hour A Day, Wiley Publishing, Inc : Canada. 2008
7. Kelana, DK. *Metodologi Penelitian Keperawatan: Panduan Melaksanakan dan Menerapkan Hasil Penelitian*. Jakarta: Trans InfoMedia. 2011
8. Zhang, Y.; Carlton, E.; Fein, S. The Association of Prenatal Media Marketing Exposure Recall with Breastfeeding Intentions, Initiation, and Duration. *J Hum Lact* 2013; 29, 500-9.
9. Matias SL., Nommsen-Rivers LA., Dewey KG. (2012). Determinants of Exclusive Breastfeeding in a Cohort of Primiparous Periurban Peruvian Mothers. *J Hum Lact* 2012; 28: 45.