

**PENGARUH IKLAN SUSU DAN PENGHASILAN KELUARGA
TERHADAP PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF**
THE EFFECT OF MILK ADVERTISING AND FAMILY INCOME
ON EXCLUSIVE BREASTFEEDING

Enggar¹, Yuni Kristiani Tumani², Ni Made Rosiyana³

¹²³Akademi Kebidanan Palu Sulawesi Tengah

E-mail : enggardarwis@gmail.com

ABSTRACT

Breast milk is the best food for babies. Breastfeeding is carried out exclusively during the first 6 months of life, but in giving it, there are several factors that can influence it. The purpose of the study was to determine how the effect of milk advertising and family income on exclusive breastfeeding.

This study used a cross sectional approach, the sample of this study were mothers who had babies aged 0-24 months. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 150 respondents.

The results of the study of 150 respondents, seen from the milk advertising factor, 50.6% were interested in milk advertising ($p = 0.020$). Meanwhile, viewed from the income factor, 61.3% have income < UMK ($p = 0.995$).

Conclusion: there is an effect of formula milk advertising on exclusive breastfeeding, but there is no effect of family income on exclusive breastfeeding.

Key words:

Exclusive breastfeeding, milk advertisement, family income

ABSTRAK

ASI merupakan makanan terbaik bagi bayi. Pemberian ASI dilakukan secara eksklusif selama 6 bulan pertama kehidupannya, namun dalam pemberiannya, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan susu dan penghasilan keluarga terhadap pemberian ASI eksklusif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *kolerasi*, sampel dari penelitian ini adalah ibu yang memiliki bayi berumur 0-24 bulan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden.

Hasil penelitian dari 150 responden, dilihat dari faktor iklan susu, 50,6% tertarik dengan iklan susu ($p = 0,020$). Sedangkan dilihat dari faktor penghasilan, 61,3% memiliki penghasilan < UMK ($p = 0,995$).

Simpulan ada pengaruh iklan susu formula terhadap pemberian ASI eksklusif, namun tidak ada pengaruh penghasilan keluarga terhadap pemberian ASI eksklusif.

Kata kunci:

ASI Eksklusif, Iklan Susu, Penghasilan Keluarga

PENDAHULUAN

ASI eksklusif merupakan pemberian hanya ASI saja kepada bayi hingga bayi berusia 6 bulan, dan pemberiannya dapat dilanjutkan hingga bayi berusia 24 bulan. ASI adalah nutrisi terbaik bagi seorang bayi. Pemberian ASI dapat meningkatkan jalinan kasih sayang antara ibu dan bayinya sehingga dapat menurunkan resiko depresi post partum bagi ibu. Selain itu, ASI dapat meningkatkan daya tahan tubuh dan juga kecerdasan bayi (Septa Katmawati, 2021).

Cakupan ASI eksklusif secara nasional sebesar 61,33% (Kementerian Kesehatan, 2017). Data cakupan ASI Eksklusif di Provinsi Sulawesi Tengah pada tahun 2017 berjumlah 26.454 orang (56,6%) dengan jumlah bayi 46.734 jiwa (P. S. T. Dinas Kesehatan, 2017). Data cakupan ASI Eksklusif di wilayah Kota Palu pada tahun 2017 berjumlah 2.280 orang (58,3%) dari jumlah bayi 3.909 jiwa. Berdasarkan data dari dinas kesehatan Kota Palu cakupan ASI eksklusif di Puskesmas Bulili pada tahun 2016 sebanyak 106 jiwa (49,53%)

dari jumlah bayi 214 jiwa. Jumlah pemberian ASI eksklusif pada tahun 2017 adalah sebanyak 92 jiwa (38,33%) dari jumlah bayi 240 jiwa. Presentase target pencapaian ASI eksklusif di Puskesmas Bulili Kota Palu mengalami penurunan dari tahun 2016 ke tahun 2017(K. P. Dinas Kesehatan, 2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Rosida (2020), diketahui bahwa 53,1% ibu melihat iklan susu formula, dan tidak memberikan ASI eksklusif pada bayinya, dikarenakan khawatir ASI nya tidak dapat memenuhi kebutuhan bayi nya (Saraha, 2020). Afifah (2007) dalam Wilda (2018) mengungkapkan bahwa faktor penghasilan mendukung dalam pemberian ASI eksklusif, dimana keluarga yang berpenghasilan rendah cenderung untuk memberikan ASI eksklusif kepada banyinya. Rendahnya penghasilan merupakan rintangan yang menyebabkan orang tersebut tidak mampu membeli pangan dalam jumlah yang diperlukan (Umami, W., 2015).

Berdasarkan uraian diatas, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan susu dan penghasilan keluarga terhadap pemberian ASI eksklusif.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah *deskriptif korelatif*. Penelitian dilaksanakan di Puskesmas Bulili Kota Palu pada bulan April sampai dengan Juni 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah ibu yang memiliki bayi usia 6-24 bulan, dimana jumlah sampel sebanyak 150 responden dengan perhitungan sampel menggunakan estimasi proporsi 5%. Pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* yang memenuhi kriteria inklusi penelitian yaitu ibu yang memberikan ASI secara eksklusif kepada bayinya dan bersedia menjadi responden.

Sampel dalam penelitian ini yaitu ibu yang memiliki bayi usia 6-24 bulan, dimana bayi tidak mengalami gangguan pertumbuhan dan ibu tidak memiliki gangguan psikososial. Hasil analisis

univariat menunjukkan pada tabel 1 iklan susu, dari 150 responden terbanyak tertarik pada iklan susu yaitu sekitar 50,7%. Dilihat dari penghasilan, tabel 2 menunjukkan dari 150 responden, sebagian besar responden memiliki penghasilan kurang dari UMK yaitu 61,3%.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner penelitian, data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan uji statistik *chi square* untuk melihat pengaruh, dan uji korelasi *spearman rank* untuk melihat seberapa pengaruh yang disajikan dalam bentuk tabel dan narasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Univariat

Distribusi frekuensi Faktor Iklan Susu Formula

Iklan Susu Formula	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Tidak Tertarik	74	49,3
Tertarik	76	50,7
Jumlah	150	100

Berdasarkan Tabel 1 dari 150 responden, terbanyak tertarik dengan iklan susu formula yaitu 76 responden (50,7%), dan tidak tertarik dengan iklan susu formula sebanyak 74 responden (49,3%).

Distribusi frekuensi Faktor Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Kurang dari UMK	92	61,3
Lebih dari UMK	58	38,7
Jumlah	150	100

Berdasarkan Tabel 2 dari 150 responden, terbanyak responden memiliki penghasilan < UMK yaitu 92 responden (61,3%), dan memiliki penghasilan > UMK sebanyak 58 responden (38,7%).

2. Analisis Bivariat

Pengaruh iklan susu formula terhadap pemberian ASI eksklusif

Pengaruh Iklan Susu Formula Terhadap Pemberian ASI Eksklusif di Puskesmas Bulili							
Iklan Susu Formula	ASI Eksklusif				Total (N)	P.value	Koefisien Korelasi (r)
	Tidak Memberikan		Memberikan				
	f	%	f	%			
Tidak Tertarik	49	66,2	25	33,8	74	0,020	0,203
Tertarik	35	46,1	41	53,9	76		
Jumlah	84	56	66	44	150		

Hasil analisis bivariat, berdasarkan tabel 3 pengaruh iklan susu terhadap pemberian ASI Eksklusif, hasil analisis statistik uji *chi square* menunjukkan bahwa nilai $p\text{ value} \leq 0,05$, sehingga ada pengaruh iklan susu formula terhadap pemberian ASI eksklusif di Puskesmas Bulili, dimana iklan susu formula dapat mempengaruhi 0,203 kali terhadap pemberian ASI eksklusif.

Penghasilan Keluarga Terhadap Pemberian ASI Eksklusif

Penghasilan	ASI Eksklusif				Total (N)	P.value	Koefisien Korelasi (r)
	Tidak Memberikan		Memberikan				
	f	%	f	%			
<UMK	51	55,4	41	44,6	92	0,995	- 0,014
>UMK	33	56,9	25	43,1	58		
Jumlah	84	56	66	44	150		

Berdasarkan tabel 4 pengaruh penghasilan terhadap pemberian ASI Eksklusif, hasil analisis statistik uji *chi square* menunjukkan bahwa nilai $p\text{ value} \geq 0,05$, artinya tidak ada pengaruh penghasilan terhadap pemberian ASI eksklusif, dan terlihat bahwa bahwa penghasilan dapat mempengaruhi (-) 0,014 kali terhadap pemberian ASI eksklusif (uji korelasi *spearman rank*).

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat merupakan salah satu media untuk mempromosikan susu formula. Walaupun sekarang promosi susu formula sudah dilarang, pada kenyataannya di fasilitas kesehatan justru masih ada yang memberikan susu formula kepada ibu postpartum dengan alasan kolostrum belum keluar. Menurut Prasetyono (2009), ada beberapa faktor yang berperan, yaitu

pertama, gencarnya kampanye produsen susu dan makanan pengganti ASI serta berhasilnya upaya para distributor dalam mendistribusikannya, sehingga para ibu tergerak untuk mempercayainya. Kedua, kurangnya kesadaran ataupun pengetahuan para ibu terhadap pemberian makanan kepada anak. Ketiga, ketiadaan perhatian yang sungguh-sungguh dari para ahli kesehatan untuk menggalakkan kebiasaan menyusui anak. Keempat, kurangnya program kesejahteraan sosial yang terarah yang dijalankan oleh beberapa instansi pemerintah di negara-negara berkembang. Dan faktor yang paling dominan dari keempat faktor tersebut adalah promosi yang terlampau gencar pihak produsen susu (Prasetyono, 2009).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh iklan susu formula terhadap pemberian ASI eksklusif, Fatiyah, dkk (2018) dalam penelitiannya menerangkan bahwa iklan susu formula memiliki hubungan terkait penyebab ibu tidak memberika ASI secara eksklusif. Berbagai macam iklan susu formula baik melalui

media, promosi penjualan, pemasaran langsung, menjadi penghambat kesadaran dan ketidaktahuan orang tua tentang pentingnya pemberian ASI eksklusif, dan menimbulkan persepsi bahwa susu formula lebih penting dan lebih baik dari ASI. Sehingga ibu akan memberikan MP-ASI dini dan tidak memberikan ASI secara eksklusif (Yumni and Wahyuni, 2018). Selain hal tersebut, ketidaktahuan ibu tentang pentingnya ASI, teknik menyusui yang benar, sehingga menimbulkan pengertian bahwa susu formula lebih baik dibandingkan ASI (Hamisah and Mutia, 2020).

Penghasilan adalah jumlah pendapatan suami istri per bulan. Penghasilan keluarga dapat menentukan status sosial ekonomi keluarga yang dapat mempengaruhi faktor fisik, kesehatan dan pendidikan. Penghasilan keluarga merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan pola pemberian ASI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh penghasilan keluarga terhadap pemberian ASI eksklusif.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Suci Wulansari (2013) antara penghasilan keluarga dengan pemberian ASI eksklusif diperoleh nilai $p \geq 0,05$ ($p = 0,166$) sehingga dapat disimpulkan bahwa ternyata tidak ditemukan pengaruh yang bermakna secara statistik antara pendapatan ibu menyusui dengan pemberian ASI eksklusif (Wulansari and Pramono, 2014), dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliani (2009) dalam Wilda (2018) bahwa tidak ada hubungan antara pendapatan keluarga dan pemberian ASI eksklusif.

Namun hal ini tidak sejalan dengan Amiruddin (2007), dimana ibu dengan penghasilan rendah lebih berpeluang memberikan ASI eksklusif, kondisi ekonomi rendah membuat ibu lebih memilih menyusui dibandingkan memberikan susu formula. Sedangkan ibu dengan penghasilan tinggi termotivasi untuk memberikan susu formula dibandingkan dengan ASI eksklusif (Umami, W., 2015).

SIMPULAN

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa ada pengaruh iklan susu formula terhadap pemberian ASI eksklusif ($p\text{ value} \leq 0,05$), namun tidak ada pengaruh faktor penghasilan keluarga terhadap pemberian ASI eksklusif. Hal ini dikarenakan karena masih banyaknya faktor lain yang dapat mempengaruhi pemberian dan keberhasilan ASI eksklusif.

UCAPAN TERIMA KASIH /

ACKNOWLEDGEMENT

Ucapan terima kasih kepada Direktur dan UPPM Akademi Kebidanan Palu yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian ini, dan kepada Kepala Puskesmas Bulili Kota Palu yang telah memberikan izin tempat penelitian.

REFERENCES

- Dinas Kesehatan, K. P. (2017) *Cakupan ASI Eksklusif*.
- Dinas Kesehatan, P. S. T. (2017) *Cakupan ASI Eksklusif*.

- Hamisah, I. and Mutia, Y. (2020) 'Hubungan promosi susu formula , produksi ASI dan psikologis ibu dengan pemberian ASI Eksklusif The relationship of formula milk promotion , breast milk production and psychological mothers with exclusive breastfeeding', *Jurnal SAGO (Gizi dan Kesehatan)*, 1(2), pp. 159–164. Available at: <http://ejournal.poltekkesaceh.ac.id/index.php/gikes/article/view/409>.
- Kementerian Kesehatan, R. I. (2017) *Profil Kesehatan Republik Indonesia*.
- Prasetyono, D. S. (2009) *Buku pintar asi eksklusif pengenalan, praktik, dan kemanfaatan-kemanfaatannya*. Edited by M. Hani'ah. Jogjakarta: Jogjakarta Diva Press.
- Saraha, R. H. (2020) 'Faktor-Faktor Yang Berhubungan dengan Keberhasilan ASI Eksklusif', *Jurnal Kesehatan Poltekkes Kemenkes Ri Pangkalpinang*, 8(1), p. 27. doi: 10.32922/jkp.v8i1.128.
- Septa Katmawati, D. (2021) *Analisis Pengaruh Multifaktor terhadap Pemberian ASI Eksklusif di Indonesia*. 1st edn. Edited by F. Zarkasyi. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi. Available at: https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Pengaruh_Multi_faktor_terhadap_P/qadGEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&kptab=getbook.
- Umami, W., dan A. M. (2015) 'Faktor Yang Mempengaruhi Pemberian ASI', 7(4), pp. 1720–1730.
- Wulansari, S. and Pramono, M. (2014) 'Hubungan Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga dengan Pemberian ASI Eksklusif di Wilayah Kerja Puskesmas Tanah Kali Kedinding Surabaya', *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 17(1), pp. 9–15.
- Yumni, F. L. and Wahyuni, C. T. (2018) 'Hubungan Promosi Iklan Susu Formula Dengan Pemberian ASI Eksklusif Di Desa Pandanarum Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto', *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah*, 3(2). doi: 10.30651/jkm.v3i2.1779.