

PUBLICATION MANUSCRIPT

NASKAH PUBLIKASI

**THE ASSOCIATION BETWEEN FORMULA MILK ADVERTISEMENT
AND HUSBAND SUPPORT TO BREASTFEEDING IN THE
OPERATIONAL AREA OF PUSKESMAS SEGIRI**

**ASOSIASI IKLAN SUSU FORMULA DAN DUKUNGAN SUAMI
TERHADAP PEMBERIAN ASI DI WILAYAH KERJA PUSKESMAS
SEGIRI**

Mahria¹, Rahmi Susanti², Sri Sunarti³



Diajukan oleh

Mahria

11.113082.4.0143

**PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN MUHAMMADIYAH
SAMARINDA
2015**

PERSETUJUAN PUBLIKASI

Kami dengan ini mengajukan surat persetujuan untuk publikasi penelitian dengan judul:

ASOSIASI IKLAN SUSU FORMULA DAN DUKUNGAN SUAMI TERHADAP PEMBERIAN ASI DI WILAYAH KERJA PUSKESMAS SEGIRI

Bersamaan dengan surat persetujuan ini kami lampirkan naskah publikasi

Pembimbing I

Rahmi Susanti SKM.,Mkes
NIDN. 1105098702

Pembimbing II

Sri Sunarti., SKM
NIDN.11115037801

Mengetahui,

Koordinator Mata Ajar Skripsi

Peneliti

Lisa Wahidatul Oktaviani., SKM.,MPH
NIDN. 1108108701

Mahria
NIM.11.113082.4.0143



ASOSIASI IKLAN SUSU FORMULA DAN DUKUNGAN SUAMI TERHADAP PEMBERIAN ASI DI WILAYAH KERJA PUSKESMAS SEGIRI

INTISARI

Mahria¹ Rahmi Susanti² Sri Sunarti³

Pemberian ASI secara eksklusif telah menjadi anjuran yang harus diberikan pada bayi usia 0-6 bulan, namun tidak dapat terlaksana secara efektif pada semua kalangan masyarakat. Hal dikarenakan kegagalan pemberian ASI eksklusif di pengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, puskesmas Segiri adalah puskesmas yang masih jauh dari target pencapaian cakupan ASI Eksklusif yaitu hanya mencapai 46,85%. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui asosiasi iklan susu formula dan dukungan suami terhadap pemberian ASI di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri. Desain penelitian cross sectional dengan jumlah 52 orang tua di wilayah kerja puskesmas segiri yang memiliki anak usia 7-12 bulan, data yang diteliti meliputi iklan susu formula, dukungan suami, dan pemberian air susu ibu (ASI) menggunakan kuesioner dan wawancara. Pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik purposive sampling, dengan menggunakan uji statistik koefisien koontingensi C. Menunjukkan bahwa terdapat asosiasi iklan susu formula dengan pemberian ASI dengan angka koefisien kontingensi sebesar 0,482 ($p= 0,001 < \alpha=0,05$), dan menunjukkan bahwa terdapat asosiasi dukungan suami dengan pemberian ASI dengan angka koefisien kontingensi sebesar 0,538 ($p= 0,000 < \alpha=0,05$) pada 52 sampel yang di analisis. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa dari 52 responden yang diteliti diperoleh data bahwa terdapat asosiasi iklan susu formula dan dukungan suami terhadap pemberian ASI di wilayah kerja puskesmas segiri.

Kata Kunci: Iklan Susu Formula, Dukungan Suami, Air Susu Ibu (ASI).

Daftar Pustaka: 20

¹ Mahasiswa Kesehatan Masyarakat STIKES Muhammadiyah

² Dosen pengajar STIKES Muhammadiyah

³ Dosen pengajar STIKES Muhammadiyah.

THE ASSOCIATION BETWEEN FORMULA MILK ADVERTISMENT AND HUSBAND SUPPORT TO BREASTFEEDING IN THE OPERATIONAL AREA PUSKESMAS SEGIRI

ABSTRAK

Mahria¹, Rahmi Susanti², Sri Sunarti³

Exclusive breastfeeding has become a recommendation which has to be given to the babies aged 0-6 months. However, it is not implemented effectively by all of the people. The failure in breastfeeding is influenced by internal and external factors. Puskesmas segiri is one of the health centers in which the exclusive breastfeeding achievement is still far from its target, reaching only 46.85%. This research aims to find out the association between formula milk advertisement and husband support toward breastfeeding in the operational area of puskesmas segiri. The design of this research was cross sectional with the sampel of 52 respondents in the operational area of puskesmas segiri, who had children aged between 7-12 months. The data consisted of formula milk advertisement, husband support, and breastfeeding and were collected by using questionnaire and interview. The sample was taken by using purposive sampling technique using statistical test of coefficient of contingency. The research findings showed that there was an association between formula milk under this research there was an association between formula milk advertisement and husband support toward breastfeeding in the operational area of Puskesmas Segiri advertisement and breastfeeding with the coefficient of countingency of 0.482 ($p=0.001 < \alpha=0,05$) and there was an association between husband support and breastfeeding with the coefficient countingensi 0.538 ($p=0.000 < \text{value of } \alpha=0,05$) to the 52 sample analyzed. Based on the research findings, it was found that from 52 respondents.

Keywords : Formula milk Advertising, Husband Support, Breast Milk.

Bibliography: 20

1 Student Public Health, College Of Health Sciences (STIKES) Muhammadiyah

2 Lecturers of college of health sciences (STIKES) Muhammadiyah

3 Lecturers of college of health sciences (STIKES) Muhammadiyah

Pendahuluan

Air Susu Ibu (ASI) adalah suatu emulsi dalam larutan protein, laktosa dan garam-garam organik yang disekresi oleh kedua belah payudara ibu, sebagai makanan utama bagi bayi. Air Susu Ibu (ASI) bukan minuman, namun Air Susu Ibu (ASI) merupakan satu-satunya makanan tunggal paling sempurna bagi bayi hingga berusia 6 bulan.

ASI Eksklusif merupakan hak bagi bayi dan dilindungi oleh UU RI No.36 tahun 2009 pada pasal 129 disebutkan bahwa Pemerintah daerah bertanggung jawab menetapkan kebijakan dalam rangka menjamin hak bayi untuk mendapatkan air susu ibu (ASI) secara eksklusif. Selain itu pada pasal 128 juga disebutkan, setiap bayi berhak

mendapatkan air susu ibu eksklusif sejak lahir selama 6 bulan kecuali atas indikasi tertentu. Hal tersebut merupakan salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan kesehatan ibu dan anak yaitu dengan pemenuhan hak bayi dalam mendapatkan ASI eksklusif.

Menurut WHO 2009, ASI Eksklusif dapat menekan angka kematian bayi di Indonesia. WHO menyatakan bahwa 30.000 kematian bayi di Indonesia dan 10 juta kematian anak balita di dunia setiap tahun bisa dicegah melalui pemberian ASI Eksklusif selama 6 bulan sejak satu jam pertama setelah kelahirannya tanpa memberikan makanan dan minuman tambahan

Pemberian ASI Eksklusif telah menjadi anjuran yang harus diberikan pada bayi usia 0-6 bulan, namun tidak dapat terlaksana secara efektif pada

semua kalangan masyarakat. Hal ini dikarenakan kegagalan pemberian ASI eksklusif di pengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal (Yuliana,dkk).

Dewasa ini informasi dapat diakses dengan mudah dari berbagai sumber, hanya saja kebenarannya perlu diklarifikasi. Salah satunya adalah Informasi yang diterima masyarakat merupakan efek dari gencarnya promosi susu formula yang berasal dari iklan baik media cetak maupun elektronik, mereka mungkin mengganti ASI karena terpengaruh oleh iklan yang menyatakan seolah-olah susu formula sama atau lebih baik kualitasnya dari pada ASI, atau juga karena ketidaktahuan ibu tentang segi-segi positif pemberian ASI dibandingkan susu formula (Yunitas, 2003).

Iklan-iklan susu formula juga banyak menyebutkan kandungan dohosaheksaenoat (DHA), asam alfa linoleat (LNA), EPA, dan omega tiga didalamnya yang dapat meningkatkan kecerdasan otak bayi meni mbulkan fenomena baru pada masyarakat dan iklan-iklannya terus diulang di media cetak maupun elektronik (Yuniar,2011).

Salah satu faktor yang mendukung dalam pemberian ASI Eksklusif yaitu Peran orang terdekat terutama dukungan suami dalam keberhasilan menyusui sangat besar, karena dengan turut campurnya ayah (suami) secara langsung dalam pemberian ASI eksklusif dapat membuat perasaan nyaman sang bayi dan ibu.

Berdasarkan data riset kesehatan dasar (RISKESDAS, 2010) pemberian ASI eksklusif secara keseluruhan pada umur 0-1 bulan sebesar 45,4 %. Pemberia ASI umur 2-3 bulan sebesar 38,3% dan umur 4-5 bulan sebesar 31%. Hal ini menunjukkan penurunan pemberian ASI disetiap umur bayi. Kondisi ini masih sangat jauh dari target nasional cakupan ASI Eksklusif yaitu 80%.

Berdasarkan hasil rekapitulasi data cakupan ASI Eksklusif Pada tahun 2013 Salah satu provinsi di Indonesia adalah Kalimantan timur dengan presentase cakupan pemberian ASI Eksklusif 28,6%

dengan jumlah 10 Kabupaten atau kota yang ada didalamnya termasuk kota samarinda dengan presentase pemberian ASI Eksklusif 20,8% prentase ini masih tergolong sangat jauh dari target yaitu 80% (Dinas Kesehatan Provinsi Kaltim, 2013).

Berdasarkan data tahun 2014 dari Dinas Kesehatan Kota Samarinda bahwa dari 2 Puskesmas yang ada di kecamatan samarinda kota terdapat salah satu Puskesmas memiliki data cakupan ASI Eksklusif yang rendah, dibandingkan Kec.Samarinda Ulu dan Kec.Samarinda Ilir yang berada ditengah-tengah kota yang sudah melebihi target 80%. Puskesmas tersebut yang ada dikecamatan Samarinda kota yang memiliki cakupan ASI Eksklusif yang rendah dibandingkan dengan puskesmas lain yaitu Puskesmas Segiri dengan pencapaian pemberian ASI Eksklusif 46,85% masih jauh dari target 80%, sedangkan puskesmas pasundan telah melebihi target pencapaian ASI Eksklusif yaitu 96,7%. Jika dibandingkan dengan puskesmas pasundan, puskesmas segiri terletak di tempat yang strategis dimana informasi kesehatan dan layanan kesehatan mudah untuk didapatkan. Namun hal tersebut tidak membuat puskesmas segiri mendapatkan presentase yang baik dalam cakupan pemberian ASI Eksklusif di bandingkan dengan puskesmas pasundan juga puskesmas lain yang terletak di tengah-tengah kota.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, maka dari itu peneliti tertarik meneliti tentang Hubungan iklan susu formula dan dukungan suami terhadap pemberian ASI di wilayah kerja Puskesmas Segiri.

A. Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui asosiasi iklan susu formula, dan dukungan suami terhadap pemberian ASI di wilayah Puskesmas Segiri.

2. Tujuan khusus

- a. Mengetahui asosiasi iklan susu formula terhadap pemberian ASI.
- b. Mengetahui asosiasi dukungan suami terhadap pemberian ASI.

Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yaitu penelitian dengan menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika.

Peneliti menggunakan pendekatan *Cross Sectional*. Penelitian *Cross Sectional* (studi potong lintang) dapat diartikan sebagai penelitian yang hanya dilakukan observasi dan pengukuran variabel pada satu saat tertentu saja, pengukuran variabel tidak terbatas harus tepat pada waktu yang bersamaan, namun mempunyai makna bahwa setiap subjek hanya dilakukan satu kali pengukuran saja tanpa dilakukan tindak lanjut atau pengulangan pengukuran (Saryono 2013).

A. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan sumber data yang diperlukan dalam suatu penelitian, penentuan sumber data dalam suatu penelitian sangat penting dan menentukan keakuratan hasil (Saryono,2013). Adapun populasi dalam penelitian ini yakni 61 orang tua (ibu dan ayah) yang memiliki bayi yang berusia 7-12 bulan yang terdata di wilayah kerja Puskesmas Segiri.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian yang dipilih dengan cara tertentu untuk mewakili keseluruhan kelompok populasi, atau bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2012). Supaya hasil penelitian sesuai dengan tujuan,

maka penentuan sampel yang dikendaki harus sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah desain pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* peneliti memilih responden berdasarkan pada pertimbangan yang subyektif dan praktis bahwa responden tersebut dapat memberikan informasi yang memadai untuk menjawab pertanyaan peneliti, adapun kriteria tersebut adalah kriteria inklusi dan eksklusi:

a) Kriteria inklusi

- 1) Orang tua (Ibu dan ayah) yang bersedia menjadi responden
- 2) Orang tua (Ibu dan ayah) yang memiliki bayi usia 7-12 yang berada di wilayah kerja Puskesmas Segiri
- 3) Mampu berkomunikasi dalam bahasa Indonesia.

b) Kriteria eksklusi

- 1) Ibu yang tidak dapat menyusui karena memiliki penyakit.
- 2) Anak yang tidak dapat menyusui karena adanya kelainan atau sakit sehingga tidak mampu menghisap dengan baik
- 3) Orang tua (ibu dan ayah) yang memiliki gangguan pendengaran.
- 4) Calon responden yang pindah tempat tinggal.
- 5) Ibu yang berstatus janda

Adapun rumus besar sampel yang digunakan oleh peneliti untuk menghindari kesalahan dalam penelitian karena adanya kriteria eksklusi maka dihitung sampel untuk memenuhi kriteria inklusi peneliti dengan menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot d^2)}$$

$$n = \frac{61}{1 + (61 \cdot 0,05^2)}$$

$$= \frac{61}{1 + (0,1525)}$$

$$= \frac{61}{1,1525}$$

$$n = 52$$

Keterangan:
 N = Banyaknya populasi
 d² = Presisi 0,05

Dari hasil perhitungan diatas maka sampel dalam penelitian ini adalah 52 orang tua yang memiliki bayi usia 7-12 bulan yang di lakukan secara door to door ke posyandu dan rumah warga yang berada di wilayah kerja puskesmas segiri.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu penelitian
 Penelitian dilakukan pada bulan April 2015.
2. Tempat penelitian
 Penelitian ini dilakukan di wilayah kerja Puskesmas Segiri tahun 2015.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.

Kuesioner dalam penelitian ini di bagi menjadi beberapa bagian yaitu:

1. Sub A berisikan tentang identitas responden yang mencakup nama orang tua, umur orang tua, umur bayi, pekerjaan orang tua, dan alamat tempat tinggal.
2. Sub B berisikan tentang pemberian ASI Eksklusif.
3. Sub C berisikan tentang iklan susu formula.

4. Sub D berisikan tentang dukungan suami.

D. Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto dalam Siswanto Dkk, 2013). Sebelum penelitian Instrumen yang di gunakan oleh peneliti di uji coba terlebih dahulu, uji coba dilakukan dengan menggunakan validitas isi (*content validity*) melalui metode *professional judgment*, yaitu pendapat ahli (pakar keilmuan) tentang isi materi tersebut dan juga *construk validity* yang dilakukan di puskesmas remaja dengan alasan memiliki karakteristik yang sama yaitu berada di tengah-tengah kota dan juga memiliki data cakupan ASI eksklusif yang tergolong rendah serta tidak jauh berbeda dengan angka cakupan ASI Eksklusif yang ada di puskesmas segiri sebagai lokasi penelitian. Instrumen yang berupa kuesioner diujikan kepada 25 orang responden dikarenakan semakin banyak jumlah responden maka akan semakin besar kemungkinan instrumen tersebut valid dan juga mendekati normal. Untuk menganalisis hasil dari instrumen peneliti yang berupa kuesioner tersebut, maka peneliti menggunakan program komputer (*software*) untuk menentukan validitas instrumen. Jumlah responden uji coba n = 25 dengan df-2 maka r tabel = 0,396 dengan keputusan uji butir valid jika r hitung > r tabel dan butir tidak valid jika r hitung < r tabel.

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan oleh peneliti bahwa dari 14 total pertanyaan yang diajukan oleh peneliti

terdapat 1 pertanyaan yang diujikan dengan cara menanyakan kepada ahli tentang kelayakan pertanyaan tersebut untuk di gunakan oleh peneliti dan 13 pertanyaan lainnya diujikan kepada 25 responden (orang tua) yang sesuai dengan kriteria peneliti dengan hasil bahwa r hitung $>$ r tabel maka dengan demikian instrumen yang berupa kuesioner tersebut dinyatakan valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat di percaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dapat dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut realibel. Dengan kata lain, realibilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten (Siswanto dkk, 2013). Pengujian realibilitas pada penelitian ini menggunakan *cronbach alpha*, dengan kriteria yang dikatakan realibel jika \geq dari 0,6 bila nilai *cronbach alpha* $<$ konstanta (0.6) maka pertanyaan tidak realibel.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti pada 25 responden (orang tua) dinyatakan reliabel dengan angka \geq dari 0.6.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah melalui kuesioner, sebagaimana yang di jelaskan dibawah ini:

1. Wawancara teierpimpin

Interview di lakukan berdasarkan pedoman-pedoman berupa kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya, sehingga *interviewer* tinggal membacakan dan menjelaskan tentang pertanyaan-pertanyaan tersebut kepada responden. Pertanyaan di dalam pedoman (kuesioner) tersebut telah disusun dengan baik sehingga telah mewakili tiap variabel-variabel yang berkaitan.

2. Kuesioner

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner sebagai alat bantu, dimana terlebih dahulu memberikan penjelasan pada responden. Kuesioner berisikan variabel penelitian yang akan diteliti tentang pemberian ASI eksklusif, iklan susu formula dalam pemberian ASI eksklusif dan dukungan suami dalam pemberian ASI eksklusif di puskesmas se Giri.

F. Teknik Analisa Data

1. Univariat

Analisis univariat adalah analisis terhadap satu variabel penelitian yang pada umumnya analisa ini mengasilkan distribusi dalam bentuk tabel dan persentasi tiap variabel. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan karakteristik setiap variabel penelitian.

Analisis univariat dalam penelitian ini menggunakan ukuran pemusatan (*central tendency*) yang merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk melihat seberapa besar kecendrungan data memusat pada nilai tertentu, ukuran pemusatan yang digunakan oleh peneliti adalah modus yang merupakan nilai data yang mempunyai frekuensi terbesar dalam satu kumpulan data.

2. Bivariat

Analisis bivariat yang dilakukan terhadap dua variabel yang di duga

berhubungan atau berkorelasi, antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam analisa ini peneliti menggunakan uji statistik non parametrik dengan koefisien kontigensi (*contingency coefficient*) untuk menguji dan melihat hipotesis hubungan (asosiasi), karena skala data yang peneliti gunakan adalah nominal untuk variabel pemberian ASI Eksklusif.

Adapun *confident interval* (CI) yang digunakan oleh peneliti adalah 95 % dengan tingkat kesalahan (α) 0,05. Keputusan uji adalah jika $P \text{ Value} \leq \alpha$ (0,05) H_0 ditolak, berarti terdapat asosiasi antara iklan susu formula dan dukungan suami terhadap pemberian ASI Eksklusif dan jika $P \text{ Value} > \alpha$ (0,05) H_0 gagal ditolak (terima), berarti tidak terdapat asosiasi antara iklan susu formula dan dukungan suami terhadap pemberian ASI Eksklusif.

Hasil

1. Karakteristik Responden

a) Usia Ibu

Tabel 4.1. Distribusi usia ibu di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri

No	Usia	Frekuensi (N)	Persentase (%)
1	21-25	5	10
2	26-30	23	44
3	31-35	15	29
4	36-40	6	11
5	41-45	3	6
Total		52	100

Sumber: Data Primer

Gambaran usia ibu yang keseluruhan berjumlah 52 responden menunjukkan usia yang berbeda-beda, namun sebagian besar ibu yang menjadi responden berusia 26-30 tahun sebanyak 23

responden sedangkan sebagian kecil Ibu yang menjadi responden yang berusia 41-45 tahun sebanyak 3 responden.

b) Usia suami

Tabel 4.2. Distribusi usia suami di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri

No	Umur	Frekuensi (N)	Persentase (%)
1	26-30	17	33
2	31-35	19	36
3	36-40	10	19
4	41-45	5	10
5	46-50	1	2
Total		52	100

Sumber: Data Primer

Diperoleh hasil bahwa dari 52 total responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 31-35 tahun sebanyak 20 orang dan sebagian kecil responden berusia 46-47 tahun sebanyak 1 responden.

c) Usia anak

Tabel 4.3. Distribusi usia bayi di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri

No	Usia	Frekuensi (N)	Persentase (%)
1	7 Bulan	15	29
2	8 Bulan	5	10
3	9 Bulan	7	13
4	10 Bulan	7	13
5	11 Bulan	5	10
6	12 Bulan	13	25
Total		52	100

Sumber: Data Primer

Bahwa dari 52 total responden terdapat usia bayi yang beragam dan sebagian besar anak berusia 7 bulan sebanyak 15, sedangkan sebagian kecil responden yang berusia 8 bulan sebanyak 5 orang jumlah ini sama dengan yang berusia 11 bulan yaitu sebanyak 5 orang anak

d) Pekerjaan ibu
Tabel 4.4. Distribusi Pekerjaan ibu di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri

Jenis Pekerjaan	Frekuensi (N)	Persentase (%)
IRT	36	69
Wirausaha	8	15
Pegawai Swasta	7	13
PTT	1	2
Total	52	100

Sumber: Data Primer

Diketahui bahwa dari 52 total responden menunjukkan bahwa sebagian besar bekerja sebagai ibu rumah tangga (IRT) dengan jumlah 36 responden, dan sebagian kecil responden bekerja sebagai PTT (pegawai tidak tetap) dengan jumlah 1 responden.

e) Pekerjaan suami
Tabel 4.5. Distribusi Pekerjaan suami di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri

Jenis Pekerjaan	Frekuensi (N)	Persentase (%)
Wirausaha	14	27
Pegawai Swasta	27	52
Pegawai Negeri	11	21
Total	52	100

Sumber: Data Primer

Bahwa dari 52 total responden terdapat 3 jenis pekerjaan yaitu sebagian besar responden adalah pegawai swasta sebanyak 27 responden, dan sebagian kecil responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 11 responden.

A. Analisis Univariat

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di wilayah kerja puskesmas segiri, dengan jumlah responden 52 orang maka didapatkan analisa masing-masing

variabel penelitian yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pemberian ASI

Tabel 4.6. Distribusi pemberian Asi eksklusif di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri

Pemberian ASI	Frekuensi (N)	Persentase (%)
Ya	27	52
Tidak	25	48
Total	52	100

Sumber: Data Primer

Diperoleh hasil bahwa responden yang tidak memberikan air susu ibu (ASI) secara eksklusif dan yang memberikan air susu ibu (ASI) secara eksklusif memiliki frekuensi yang tidak jauh berbeda 27 responden yang memberikan air susu ibu (ASI) secara Eksklusif dan yang tidak memberikan air susu ibu (ASI) secara Eksklusif sebanyak 25 responden dari 52 total responden.

2. Iklan susu formula

Tabel 4.7. Distribusi iklan susu formula di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri

Iklan susu formula	Frekuensi (N)	Persentase (%)
Sangat Baik	4	8
Baik	23	44
Cukup	9	17
Kurang	16	31
Total	52	100

Sumber: Data Primer

Di peroleh informasi bahwa dari 52 total responden yang diteliti, sebagian besar responden terpengaruh oleh iklan susu formula pada kategori baik yaitu sebanyak 23 responden, sedangkan sebagian kecil responden terpengaruh oleh iklan susu formula dengan kategori cukup sebanyak 9 responden.

3. Dukungan suami
Tabel 4.8 Distribusi dukungan suami di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri

Dukungan Suami	Frekuensi (N)	Persentase (%)
Sangat baik	13	25
Baik	14	27
Cukup	5	10
Kurang	20	38
Total	52	100

Sumber: Data Primer

Bahwa dari 52 responden yang diteliti, sebagian besar suami yang memberikan dukungan kurang yaitu sebanyak 20 responden, dan sebagian kecil suami yang memberikan dukungan baik sebanyak 14 responden.

B. Analisa Bivariat

1. Asosiasi iklan susu formula terhadap pemberian ASI

Tabel 4.9. Asosiasi iklan susu formula terhadap pemberian ASI

Kategori	Angka
Besar Sampel	52
Signifikansi	0,001
Nilai Koefisien Koentingensi C	0,482

Sumber: Data Primer

Diketahui bahwa dari 52 responden diperoleh hasil signifikansi = $0,001 < 0,05$ dan nilai koefisien 0,482 berbeda secara signifikan dengan nol. Dengan demikian peneliti dapat menolak H_0 pada tingkat signifikansi 0,001 dengan menyimpulkan bahwa terdapat asosiasi iklan susu formula terhadap pemberian air susu ibu (ASI) pada 52 responden di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri.

2. Asosiasi dukungan suami terhadap pemberian ASI

Tabel 4.10. Asosiasi Dukungan suami terhadap pemberian ASI

Kategori	Angka
Besar Sampel	52
Signifikansi	0,000
Nilai Koefisien Koentingensi C	0,583

Sumber: Data Primer

Diperoleh nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien atau value 0,583 secara signifikan berbeda dengan nol, dengan demikian peneliti dapat menolak H_0 pada tingkat signifikansi 0,000 dan menyimpulkan bahwa terdapat asosiasi dukungan suami terhadap pemberian air susu ibu (ASI) pada 52 responden di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri.

Pembahasan

1. Asosiasi Iklan Susu Formula Terhadap Pemberian ASI

Iklan susu formula menurut yuniar (2011) adalah iklan pengganti air susu ibu (ASI) yang diartikan sebagai berita pesanan atau berita yang tidak langsung diberikan kepada objeknya yang bersifat untuk mendorong, membujuk dan menakutkan khalayak ramai untuk melakukan pembelian.

Iklan susu formula merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi produk untuk mempengaruhi orang tua agar bersedia menerima dan membeli produk susu formula sebagai pengganti air susu ibu (ASI).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa terdapat asosiasi iklan susu formula terhadap pemberian air susu ibu (ASI) Wilayah Kerja Puskesmas Segiri, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deviana (2012) bahwa terdapat hubungan antara iklan susu formula dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi di Puskesmas Seulimeum Kabupaten Aceh Besar.

Hasil observasi peneliti iklan susu formula yang ditayangkan di media elektronik dalam sehari terdapat lebih dari 23 kali tayangan, dengan

mengutarakan keunggulan masing-masing merek susu formula serta memberikan dorongan untuk megkonsumsi produk yang di tawarkan sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi sikap ibu dalam pemberian air susu ibu (ASI) secara Eksklusif kepada anak, pada waktu tertentu seperti jam istirahat tayangan iklan susu formula dalam sekali iklan lebih dari satu iklan susu formula baik dengan merek yang sama maupun dengan merek yang berbeda, namun sebaliknya di pagi hari dalam sekali iklan terkadang tidak terdapat iklan susu formula.

Hal ini sejalan dengan penelitian Deviana (2012) bahwa dengan adanya pengaruh iklan susu formula akan mempengaruhi sikap ibu maka secara langsung tanpa disadari bahwa hal ini telah mempengaruhi pengetahuan seseorang terhadap pemberian ASI eksklusif, sehingga akan merubah cara pandang ibu dari pemberian ASI eksklusif kepada susu formula yang dianggap lebih baik.

Berdasarkan hasil wawancara pada responden yang diteliti bahwa semua responden melihat, membaca dan mendengar iklan susu formula di televisi, iklan susu formula yang banyak beredar di media elektronik dan cetak terutama televisi yang menyangkan iklan susu formula yang menyebutkan manfaat dan kandungan susu formula.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunita (2008) bahwa pengetahuan seseorang biasanya diperoleh dari pengalaman yang berasal dari berbagai macam sumber, misalnya media massa, media elektronik, buku petunjuk, media poster, komunikasi verbal, kerabat dekat dan sebagainya. Pengetahuan ini dapat membentuk keyakinan tertentu sehingga seseorang berperilaku sesuai keyakinan tersebut, pengetahuan merupakan domain perilaku yang sangat penting dalam membentuk tindakan.

Hal tersebut diperkuat dengan teori Notoatmodjo (2011) bahwa

pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimiliki (mata, hidung, telinga, dan sebagainya), dengan sendirinya pada waktu yang tidak dapat ditentukan bahwa sebagian besar pengetahuan berasal dari mendengar dan melihat.

Hasil ini terbukti bahwa ibu terpengaruh iklan susu formula dengan adanya jawaban beberapa responden yang mengatakan bahwa iklan susu formula lebih baik dari pada iklan ASI Eksklusif yang mana Iklan ASI eksklusif adalah milik pemerintah sedangkan iklan susu formula yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan susu formula bersaing untuk menarik minat konsumen dengan berbagai macam keunggulan yang disebutkan, dan juga terdapat responden yang mengatakan bahwa ia sangat setuju iklan sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan dikarenakan iklan susu formula menyangkan anak kecil membuka pintu, mengancing bajunya sendiri, membawa minum untuk tamu, bereskan mainan, yang minum susu formula akan memiliki tumbuh kembang yang baik.

Sehingga iklan susu formula dapat mempengaruhi pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang, maka dalam hal ini penyebaran informasi tentang pentingnya pemberian air susu ibu (ASI) secara Eksklusif harus dilakukan secara terus menerus, mengingat gencarnya iklan susu formula di berbagai media, terutama di media elektronik.

Peran kader posyandu sangat penting untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai manfaat pemberian ASI (air susu ibu) secara Eksklusif agar masyarakat khususnya ibu dapat memberikan air susu ibu (ASI) saja pada bayi usia 0-6 bulan dan masyarakat tidak terpengaruh oleh iklan susu formula.

2. Asosiasi Dukungan Suami Terhadap Pemberian ASI

Dukungan suami merupakan faktor penting terhadap keberhasilan

ASI eksklusif, dukungan suami dibutuhkan mulai dari hamil sampai menyusui. Kepercayaan suami akan keberhasilan ibu dalam menyusui serta kemampuan suami memberikan informasi mengenai air susu ibu (ASI) dapat menghilangkan kendala yang ada merubah psikologis ibu.

Keadaan psikologis ibu berpengaruh besar terhadap keberhasilan ibu menyusui secara eksklusif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa suami yang memberi dukungan menyusui (memberikan ASI secara eksklusif) kepada istri baik secara fisik dan non fisik memberikan air susu ibu (ASI) secara eksklusif serta memiliki kepercayaan diri yang merupakan bagian dari faktor psikologis untuk memberikan air susu ibu (ASI) secara Eksklusif terhadap bayinya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa terdapat asosiasi dukungan suami terhadap pemberian ASI di Wilayah Kerja Puskesmas Segiri, dari total responden sebagian besar yang mendapatkan dukungan dari suami memberikan air susu ibu (ASI) secara eksklusif.

Hal ini sejalan dengan penelitian Sari Diwilayah Kerja Puskesmas Talang Kabupaten Solok pada tahun 2011 terdapat hubungan yang bermakna antara dukungan ayah dengan pemberian ASI eksklusif. Ibu yang kurang mendapat dukungan suami memiliki peluang lebih tinggi untuk tidak memberikan ASI eksklusif dibanding ibu yang diberi dukungan oleh suami dengan baik dalam pemberian ASI eksklusif.

Menurut Ramadani (2010) bahwa dukungan suami merupakan faktor pendukung dalam keberhasilan ASI eksklusif, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa suami sebagai faktor penguat/pendukung dapat mempengaruhi ibu dalam pemberian air susu ibu (ASI) secara eksklusif. Hal ini diperkuat oleh teori Lawrence green (Soekidjo,2010) yang mengatakan bahwa salah satu

yang melatar belakangi terjadinya perubahan perilaku adalah faktor *enabling* (pendukung) dapat berupa prasarana, fasilitas, dukungan orang terdekat termasuk suami yang memungkinkan terjadinya perubahan perilaku.

Keberhasilan menyusui sangat ditentukan oleh peran suami karena suami turut menentukan reflex pengeluaran air susu ibu (ASI) *let down reflex* yang sangat dipengaruhi oleh keadaan emosi atau perasaan ibu, hal ini kemungkinan karena keterlibatan suami dalam proses menyusui dan memberikan bantuan sehingga ibu dapat memberikan ASI eksklusif.

Menurut Suratno (2011) bahwa pada saat bayi mulai mengisap putting ibu, maka akan terjadi dua reflex yang menyebabkan Asi bisa keluar yaitu refleks produksi air susu ibu (ASI) /*refleks prolaktin* dan refleks pengaliran ASI /*let down reflex* /*refleks oxytocin*. Pada *refleks oxytocin* dan *refleks prolaktin* inilah peran suami diperlukan karena *refleks* ini sangat dipengaruhi oleh keadaan emosional atau perasaan ibu, kadar *oxytocin* pada setiap ibu berbeda, 75% pengaruh emosional yang tidak stabil bisa menghambat dan mempengaruhi jumlah pengeluaran air susu ibu (ASI).

Hal ini diperkuat oleh teori dalam Dr.soetjningsih (1997) yang mengemukakan bahwa bila terdapat stress dari ibu yang menyusui maka akan terjadi suatu *blockade* dari *refleks let down* ini disebabkan oleh karena adanya pelepasan dari adrenalin yang menyebabkan vasokonstriksi dari pembuluh dari alveoli, sehingga oksitosin sedikit harapannya untuk dapat mencapai target organ mioepitelium. Akibat dari tidak sempurnanya refleks *let down* maka akan terjadi penumpukan air susu payudara tampak membesar. Payudara yang membesar berakibat abses, gagal menyusui dan rasa sakit. Rasa sakit akan dapat membuat ibu stress lagi sehingga stress akan terus

bertambah karena *refleks let down* tidak sempurna.

Selain itu keberhasilan menyusui juga dapat didukung oleh hal lain yang ada disekitar lingkungan seperti adanya informasi tentang pentingnya pemberian air susu ibu (ASI) secara eksklusif yang diperoleh oleh sang ibu, sehingga sang ibu dapat secara mandiri memberikan ASI secara eksklusif kepada buah hati mereka.

Berdasarkan informasi yang diperoleh oleh peneliti bahwa pihak puskesmas sejauh ini belum melaksanakan penyuluhan tentang pentingnya pemberian air susu ibu, yang dilakukan hanya melakukan pendataan pada ibu yang memiliki anak fase pemberian air susu ibu (ASI).

Maka dapat disimpulkan bahwa dukungan suami dan lingkungan sekitar sangat berpengaruh pemberian ASI Eksklusif, semakin suami memberikan dukungan maka pemberian air susu ibu (ASI) secara Eksklusif pun akan meningkat, begitupun dengan lingkungan sekitar. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sari (2011) bahwa dukungan suami merupakan faktor penting terhadap keberhasilan ASI eksklusif, kepercayaan suami akan keberhasilan ibu dalam menyusui serta kemampuan suami memberikan informasi mengenai air susu ibu (ASI) dapat menghilangkan kendala yang ada, dikarenakan dapat merubah psikologis ibu.

Kelancaran menyusui memerlukan kondisi kesetaraan antara suami dan istri tetapi kenyataannya hingga saat ini masih sangat sedikit keinginan suami untuk ikut berperan serta dalam perawatan anaknya termasuk mendukung aktivitas menyusui. Maka peran puskesmas dan kader dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai manfaat pemberian air susu ibu (ASI) secara eksklusif sangat diperlukan sehingga masyarakat khususnya ibu dapat memberikan air susu ibu (ASI) saja pada bayi usia 0-6 bulan dan pentingnya suami ikut berpartisipasi

dalam hal pemberian asi susu ibu (ASI) secara Eksklusif baik secara fisik maupun non fisik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang asosiasi iklan susu formula dan dukungan suami terhadap pemberian ASI di Wilayah kerja Puskesmas Segiri tahun 2015 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat asosiasi iklan susu formula terhadap pemberian air susu ibu (ASI) pada 52 responden di Wilayah kerja Puskesmas Segiri.
2. Terdapat asosiasi dukungan suami terhadap pemberian air susu ibu (ASI) pada 52 responden di Wilayah kerja Puskesmas Segiri.

SARAN

1. Bagi STIKES Muhammadiyah
 - a) Hendaknya penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi terutama bagi Prodi S1 Kesehatan Masyarakat dalam memberikan bimbingan, konseling, dan penyuluhan kepada masyarakat.
 - b) Hendaknya dari hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai data dasar untuk acuan dan pedoman dalam melakukan penelitian selanjutnya.
2. Bagi Puskesmas Segiri
 - a) Perlunya peningkatan pengetahuan kader tentang pentingnya pemberian ASI Eksklusif, sehingga kader dapat menjelaskan kepada ibu yang berkunjung keposyandu terutama yang memiliki bayi pada fase pemberian ASI Eksklusif.
 - b) Perlunya keterlibatan para kader dalam setiap penyuluhan mengenai pemberian ASI Eksklusif, serta pembekalan masalah kesehatan ibu dan anak kepada kader posyandu sehingga jika pihak puskesmas tidak datang ke posyandu, para kader bisa memberikan saran, masukan ataupun jawaban atas pertanyaan masyarakat terutama tentang pemberian ASI Eksklusif.
 - c) Pentingnya mengenai pemberian air susu ibu (ASI) Eksklusif di sosialisasikan kepada suami yang

mengantar istri keposyandu, sehingga suami menyadari bahwa keterlibatannya dalam pemberian air susu ibu (ASI) sangat diperlukan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

a) Hendaknya dapat mengkaji lebih lanjut mengenai faktor lain yang mempengaruhi pemberian ASI eksklusif di Wilayah Puskesmas Segiri misalnya motivasi ibu, tradisi (sosial budaya), dukungan mertua, dukungan orang tua, pelayanan kesehatan, kondisi kesehatan ibu dan kondisi bayi (bibir sumbing, bayi bingung puting, bayi sakit, bayi prematur).

b) Hendaknya penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam dengan menggunakan desain penelitian yang berbeda.

Daftar Pustaka

Defiana, Evi. (2012). *Hubungan Pengetahuan Sosial Budaya Dan Iklan Susu Formula Dengan Pemberian Asi Eksklusif Pada Bayi Di Wilayah Kerja Puskesmas Seulimeum Kabupaten Aceh Besar*. KTI, tidak dipublikasikan, Banda Aceh, Stikes U'budiyah, Indonesia.

Ramadani, mery. (2011). *Dukungan suami dalam pemberian asi eksklusif di wilayah kerja puskesmas air tawar kota, padang, sumatera barat*. Jurnal kesehatan masarakat nasional, 4(6), 1-6

Notoatmodjo, Soekidjo. (2011). *Promosi kesehatan teori & aplikasi*. Jakarta: Rineka cipta

Sari, Restu, Reni. (2011). *Hubungan Karakteristik Pengetahuan Sikap Dan Dukungan Ayah Terhadap Pemberian ASI Eksklusif Di*

Wilayah Kerja Puskesmas Talang Kabupaten Solok. Skripsi, tidak dipublikasikan, Depok, UI FKM, Indonesia.

Saryono, anggraeni dwi mekar. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Dalam Bidang Kesehatan*. Yogyakarta: Penerbit Nuha Medika.

Siswanto dkk (2013). *Metodologi Penelitian Kesehatan Dan Kedokteran*. Yogyakarta: Penerbit Bursa Ilmu.

Suratno. (2011). *Hubungan Antara Dukungan Suami Terhadap Pemberian Asi Eksklusif Di Wilayah Kerja Puskesmas Lubuk Kilangan Kota Padang*. Skripsi, Tidak Dipublikasikan, Padang, Universitas Andalas, Indonesia.

Yuniar, Wahyu, Veronica. (2011). *Hubungan Frekuensi Paparan Iklan Susu Formula Terhadap Ibu Dengan Praktik Pemberian ASI Eksklusif Di RW 02 Kelurahan Waru Kecamatan Parung Kota Bogor*. Skripsi, tidak dipublikasikan, Jakarta, Universitas Pembangunan Nasional, Indonesia.

Yulianah, Nana. (2013). *Hubungan Antara Pengetahuan, sikap dan Kepercayaan Ibu Dengan Pemberian Asi Eksklusif Di Wilayah Kerja Puskesmas Bonto Cani Kabupaten Bone*. Skripsi, tidak dipublikasikan, Sulawesi Selatan, Unhas, Indonesia.

Yunita, Fitri. (2008). *Hubungan pengetahuan ibu tentang ASI Eksklusif dengan status gizi bayi umur 0-6 bulan di wilayah kerja puskesmas tambak I kabupaten banyumas*. Jurnal ilmiah keperawatan, 4, (1), 9-21.