

## HUBUNGAN PERSEPSI KETIDAKCUKUPAN DAN PROMOSI SUSU FORMULA DENGAN KEBERHASILAN PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF DI UPT PUSKESMAS PAYA LOMBANG

Rini Siregar<sup>1</sup>, Aminah<sup>2</sup>, Rini Karmila<sup>3</sup>, Sumiati<sup>4</sup>

Jurusan Kebidanan, Fakultas Keperawatan dan Kebidanan, universitas Prima Indonesia  
rinisiregartabacempaka@gmail.com<sup>1</sup>, aminahlubis38@gmail.com<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Exclusive breastfeeding is breast milk that is given to children from birth to 6 months without touching food or drink, unless there are other indications. Exclusive breastfeeding is breast milk that is given to babies from birth until the baby is 6 months old, without the addition of drinks such as formula milk and other drinks or foods. The purpose of this study was to determine the relationship between perceptions of inadequacy and promotion of formula milk in the success of breastfeeding. This study used a quantitative research method with a cross sectional approach, which was carried out in the area of UPT Puskesmas Paya Lembang. All mothers who have children aged 0-6 months (as many as 40 people) are the sample to be studied. The sampling technique used is total sampling from all respondents by collecting all data using a questionnaire instrument. After researching and reviewing all respondents, it can be assessed from the exposure of formula milk promotion by 80%, and the perception of insufficient breast milk (ASI does not come out) by 42.5%. From the results of this study, it can be concluded that the perception of insufficient breast milk and promotion of formula milk given to infants up to the age of 6 months failed due to the influence of anxiety, fear, and feeling that breast milk did not come out. So the results of this study the researchers gave advice to the health workers of the Paya Lembang Health Center UPT to provide education and improve health promotion to mothers, husbands, families and communities regarding the importance of exclusive breastfeeding from antenatal care to postnatal care.*

**Keywords** : *Exclusive breastfeeding; milk promotion; perception of insufficient breast milk.*

### ABSTRAK

ASI eksklusif adalah Air Susu Ibu yang diberikan kepada anak dari lahir sampai 6 bulan tanpa sentuhan makanan atau minuman, terkecuali ada indikasi lain. ASI Eksklusif adalah ASI yang diberikan kepada bayi sejak dilahirkan sampai bayi berumur 6 bulan, tanpa adanya penambahan minuman seperti susu formula dan minuman atau makanan lainnya. Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui hubungan antar persepsi ketidakcukupan dan promosi susu formula dalam keberhasilan pemberian ASI. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional*, yang dilakukan di wilayah UPT Puskesmas Paya Lembang. semua ibu yang memiliki anak usia 0-6 bulan (sebanyak 40 orang) merupakan sampel yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah total sampling dari keseluruhan responden dengan cara mengumpulkan semua data menggunakan instrumen kuesioner. Setelah diteliti dan dikaji semua responden, dapat dinilai dari promosi susu formula yang terpapar sebesar 80%, dan persepsi ketidakcukupan air susu ibu (ASI tidak Keluar) sebesar 42,5%. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi ketidakcukupan ASI dan promosi susu formula yang diberikan pada bayi sampai usia 6 bulan mengalami kegagalan dikarenakan adanya pengaruh cemas, takut, dan merasa kekurangan ASI/ ASI tidak keluar. Maka hasil penelitian ini peneliti memberi saran kepada petugas kesehatan UPT Puskesmas Paya Lembang untuk memberikan edukasi dan meningkatkan promosi kesehatan kepada ibu, suami, keluarga dan masyarakat mengenai pentingnya ASI eksklusif dari *antenatal care* sampai *postnatal care*.

**Kata Kunci** : ASI eksklusif; promosi susu; persepsi ketidakcukupan air susu ibu (ASI).

## PENDAHULUAN

Persepsi merupakan cara pandang/pemikiran seseorang terhadap suatu objek, peristiwa atau hubungan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Jadi persepsi ketidakcukupan air susu ibu (ASI) bisa diartikan sebagai keadaan dimana ibu mengalami peristiwa ASI yang sedikit atau tidak keluar sehingga menyimpulkan hal tersebut sebagai ketidakcukupan ASI.

*World Health Organization* (WHO) dan *United Nations International Children's Emergency Fund* (UNICEF) pada (Organization, 2019). Secara dunia terlihat tingkat pemberian ASI eksklusif cukup rendah yaitu hanya 41 persen. Menurut WHO dan UNICEF mengatakan bahwa untuk mencapai ASI eksklusif ada tiga langkah metode, yaitu yang pertama adalah bayi harus menyusui sesegera mungkin atau IMD (Inisiasi Menyusui Dini), yang kedua bayi tidak diberikan tambahan lain kecuali ASI, yang ketiga bayi menyusui sesegera mungkin dan harus diberikan sesuai kebutuhan bayi, Pencapaian ASI eksklusif di Indonesia angka yang diharapkan belum mencapai target yaitu sebesar 80% dan Menurut (Laksono et al., 2019) hanya mencapai 37%. Pada tahun 2025 Angka Kematian Bayi (AKB) merupakan salah satu dari sasaran pembangunan Kesehatan, di Indonesia AKB masih sebesar 32 per 1.000 kelahiran hidup dari target RPJPK 24 per 1000 kelahiran hidup. Tingginya AKB salah satunya dipengaruhi oleh tidak diberikannya ASI eksklusif (Astutik, 2017).

Di Sumatera Utara, Profil Kesehatan Tahun 2019 dari 186.460 bayi usia kurang dari 6 bulan, dilaporkan hanya 75.820 bayi yang mendapatkan ASI Eksklusif (40,66%), belum mencapai target yang sudah ditentukan di Renstra Dinas Kesehatan Provinsi Sumatera Utara Tahun 2019 yaitu sebesar 53%, dan khususnya kabupaten Serdang Berdagai (11,5%). Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

hubungan persepsi ketidakcukupan dan promosi susu formula dengan keberhasilan pemberian ASI eksklusif di wilayah UPT Puskesmas Paya Lembang.

## MATODE

Penelitian ini dilakukan di wilayah UPT Puskesmas Paya Lembang Serdang Berdagai Sumatera Utara. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang digunakan desain deskriptif dengan metode *cross-sectional* yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi ketidakcukupan ASI pada ibu yang memiliki bayi umur 0-6 bulan (Notoatmodjo, 2010). Penelitian diawali dengan pengambilan sampel dari seluruh populasi 40 orang. Proses pengambilan sampel dilakukan dengan setiap sampel (responden) mengisi kuesioner yang diberikan baik secara dibacakan atau didampingi. Data yang didapatkan dari pengisian kuesioner akan di olah dengan menggunakan Analisa data dari proses *editing dan coding*.

## HASIL

Hasil penelitian berupa analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif yang ditampilkan dalam bentuk distribusi frekuensi meliputi karakteristik responden tingkat kecemasan, dan promosi susu formula dalam pemberian ASI eksklusif. Penyajian analisis inferensial digunakan untuk melihat hubungan ketidakcukupan air susu ibu (ASI) dan promosi susu dalam keberhasilan pemberian ASI eksklusif.

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 1 menunjukkan bahwa keluarga cenderung memberi susu formula karena tingkat kecemasan/takut sebanyak 9 orang (22,5%) dan ASI tidak keluar sebanyak 17 orang (42,5%). hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dari persepsi tersebut sangat besar jika dilihat dari total keseluruhannya yaitu sebanyak 26 orang dari 40 orang total responden.

**Tabel 1 Distribusi responden menurut ketidakcukupan ASI di wilayah kerja UPT Puskesmas Paya Lembang Kabupaten Serdang Berdagai.**

Persepsi	Prekuensi	Persentase(%)
Cemas /takut	9	22,5
ASI tidak keluar	17	42,5
Total	26	100

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 2 menguraikan distribusi data responden berdasarkan promosi susu formula. Jumlah responden dengan kategori terpapar promosi susu formula sebanyak 32 orang (80%), sedangkan yang berada pada

kategori tidak terpapar promosi susu formula sebanyak 8 orang (20%).

**Tabel 2 Distribusi responden menurut promosi susu formula di wilayah kerja UPT Puskesmas Paya Lembang Kabupaten Serdang Berdagai.**

Promosi Susu Formula	Prekuensi	Presentase(%)
Terpapar promosi susu formula	32	80
Tidak terpapar promosi susu formula	8	20
Total	40	100

**Tabel 3 Analisis Bivariat “Hubungan persepsi ketidakcukupan dan promosi susu formula dengan keberhasilan pemberian ASI eksklusif di UPT Puskesmas Paya Lembang**

		ASI Eksklusif			P - Value
		Berhasil	Gagal	Total	
Ketidekcukupan ASI	Cemas (Takut)	9 (22,5%)	14 (35%)	26 (65%)	-1
	ASI Tidak Keluar	17 (42,5%)			
	Total	40 (100)			
Promosi Susu Formula	Terpapar	32 (80%)	8 (20%)	32 (80%)	
	Tidak Terpapar	8 (20%)			
	Total	40 (100)			

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 3 diatas didapatkan hasil bahwa ibu menyusui yang berhasil memberikan ASI eksklusif dari persepsi ketidakcukupan ASI yaitu 14 orang atau 35% sedangkan yang tidak berhasil ASI eksklusif 26 orang (65%) dan promosi susu formula yang terpapar 32 orang (80 %) dan yang tidak terpapar 8 orang (20%).

**PEMBAHASAN**

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa tingkat kecemasan persepsi Asi Tidak

Keluar lebih besar 17 Orang (42,5 %) dan yang merasa Cemas/takut 9 Orang (22,5%).sehinggga kegagalan dalam pemberian ASI Eklusif meningkat. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan ibu tentang syarat ASI Eksklusif dan tingkat kecemasan serta pengaruh susu formula. Menurut (Husen et al., 2018) menyatakan pada hasil penelitiannya menunjukan bahwa 47 ibu (94 %) mendapat dukungan baik dari suami dan 3 lainnya atau 6% mendapatkan dukungan yang buruk dari suami. Keberhasilan ASI eksklusif dalam penelitian ini yaitu terdapat 33 atau 66%

ibu menyusui yang berhasil memberikan ASI eksklusif sementara 17 atau 34% lainnya tidak ASI eksklusif.

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa yang terpapar Promosi Susu Formula lebih Besar sebanyak 32 Orang (80%) sehingga sangat berpengaruh dalam pemberian ASI Eksklusif. Hal ini terjadi karena promosi susu formula disebarluaskan melalui berbagai media komunikasi (televisi, warung, poster dan lain-lain).

Pada Tabel 3 menunjukkan hubungan persepsi antara promosi susu formula dengan persepsi kecemasan sangat berpengaruh dan sangat berhubungan dalam kegagalan dalam pemberian ASI Eksklusif. Maka dari hasil penilaian yang tercantum dalam Tabel bahwa ibu yang berhasil memberikan ASI eksklusif yaitu 14 orang atau 35% sedangkan ibu yang gagal memberikan ASI eksklusif 26 Orang atau 65% dan promosi susu formula yang terpapar 32 orang (80 %) dan yang tidak terpapar 8 orang (20%). Hasil uji analisis chi square menunjukkan bahwa semakin nilai pearson korelasi mendekati 1 atau -1 maka hubungan antara dua variabel di atas semakin kuat. Hal ini menjelaskan pada penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi ketidakcukupan dan promosi susu formula sangat mempengaruhi keberhasilan ASI Eksklusif. Berdasarkan penelitian sebelumnya (Husen et al., 2018) mengatakan bahwa tidak ada hubungan yang bermakna antara persepsi ibu terhadap dukungan suami pada keberhasilan ASI Eksklusif. Terlihat dari data primer hasil penelitian diperoleh bahwa ibu yang mendapatkan dukungan baik dan berhasil dalam pemberian ASI eksklusif adalah 32 orang (68%), sedangkan yang mendapatkan dukungan baik dan gagal dalam ASI eksklusif 15 orang atau (32%), sebaliknya ibu yang mendapatkan dukungan buruk namun berhasil dalam ASI eksklusif sebanyak 1 orang atau (33%) dan yang gagal dalam ASI eksklusif sebanyak 2 orang atau (67%), dari hasil penelitian di atas dapat menggambarkan penyebab tidak terdapat hubungan dalam kedua variabel

penelitian, bahwa masih terdapat ibu yang walaupun mendapatkan dukungan baik dari suami namun masih tetap gagal dalam ASI eksklusif. Kegagalan ASI eksklusif berdasarkan hasil penelitian yakni terdapat ibu yang memberikan makanan pendamping pada bayinya berupa air, madu, susu formula dan juga vitamin tanpa resep dokter, yakni dari 50 responden terdapat 10% ibu yang memberikan air pada bayinya sebelum enam bulan, kemudian 22% ibu yang memberikan madu sebelum enam bulan, terdapat 14% ibu yang memberikan susu formula serta 6% lainnya memberikan vitamin herbal.

## KESIMPULAN

Lebih dari setengah responden di wilayah kerja UPT puskesmas paya lombang mempunyai persepsi cemas/takut dan ASI kurang dan pernah mendapat promosi susu formula, tidak memberikan ASI eksklusif 6 bulan, dan adanya pengaruh suku/budaya. Persepsi ketidakcukupan ASI dan promosi susu formula ini saling berhubungan dan sangat berpengaruh dalam keberhasilan pemberian ASI eksklusif di wilayah kerja UPT puskesmas paya lombang

## DAFTAR PUSTAKA

- Astutik, R. Y. (2017). *Payudara dan Laktasi Edisi 2. Jakarta Selatan: Salemba Medika.*
- Husen, S., Sulistyoningtyas, S., & Diniyah, K. (2018). *Hubungan Persepsi Ibu Terhadap Dukungan Suami Pada Keberhasilan Asi Eksklusif Di Puskesmas Gondokusuman 2 Yogyakarta.*
- Laksono, A. D., Kusriani, I., & Laksono, A. D. (2019). *Gambaran Prevalensi Balita Stunting dan Faktor yang Berkaitan di Indonesia: Analisis Lanjut Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2017*

Gambaran Prevalensi Balita Stunting dan Faktor yang Berkaitan di Indonesia: Analisis Lanjut Profil Kesehatan Indonesia Tahu.(March), 0–12. *Jakarta: Puslitbang Humaniora Dan Manajemen Kesehatan, Kementerian Kesehatan RI.*

Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan* Jakarta: Rineka Cipta. *Notoatmodjo, S.*

Organization, W. H. (2019). *Global status report on alcohol and health 2018.* World Health Organization.