

## HUBUNGAN PROMOSI SUSU FORMULA DENGAN PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF DI KABUPATEN KAMPAR

Elvira Harmia<sup>1</sup>

Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Email : elvirairwandi@gmail.com

### ABSTRAK

Pemberian Air Susu Ibu (ASI) sampai bayi berumur enam bulan merupakan salah satu upaya untuk mencegah kematian bayi. Pemberian ASI eksklusif tahun 2019 di Provinsi Riau sebesar 37,2% sedangkan di Kabupaten Kampar pemberian ASI eksklusif sebesar 36,3%. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan pemberian susu formula dengan pemberian ASI eksklusif di Kabupaten Kampar tahun 2020. Penelitian ini merupakan penelitian analitik observasional dengan desain penelitian cross sectional. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Kampar pada tanggal 18 Agustus sampai 11 November 2020. Sampel penelitian adalah seluruh ibu yang memiliki bayi berusia 6 sampai 11 bulan sebanyak 139 orang yang dipilih secara multistage random sampling. Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat dengan uji *chi square*. Hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara promosi susu formula dengan pemberian ASI eksklusif dengan nilai *p value* =0,007. Diharapkan kepada penolong persalinan, baik bidan maupun dokter agar melakukan promosi ASI eksklusif dan tidak melakukan promosi susu formula dengan merk tertentu kepada Ibu yang mempunyai bayi usia 0-6 bulan.

**Kata kunci** : Promosi susu formula, ASI eksklusif

### ABSTRACT

*Giving breastfeeding to infants until six months is one of efforts to prevent infant mortality. The data of Public Health Office of Riau regency in 2019, giving exclusive breastfeeding was 37,2% while the data of Public Health Office of Kampar regency giving exclusive breastfeeding was 36,3%. The aim of this study was to analyze the relationship promotion of formula milk with giving exclusive breastfeeding in Kampar regency in 2020. This study was an observational analytical research with cross sectional design. The research was conducted in Kampar Regency on August 18th until November 11th in 2020. The sample consisted of 139 of mothers who have infants at 6 to 11 months old, they were chosen by multistage random sampling. The data were analyzed by univariately and bivariately method. The result showed a significant relationship between the promotion of formula milk and giving exclusive breastfeeding with *p value* =0,007. Expected to birth attendants midwife or doctor that to does exclusive breastfeeding promotion and does not promote formula milk with a certain brand to mothers who have baby aged 0-6 months.*

**Keywords** : Promotion of formula milk, exclusive breastfeeding

### PENDAHULUAN

Angka Kematian Bayi (AKB) merupakan salah satu indikator penting dalam target *Sustainable Development*

*Goals* (SDGs) tahun 2030, dengan tujuan utama mengakhiri dan mencegah kematian neonatal menjadi kurang dari 12 per 1000 kelahiran dan kematian

balita menjadi 25 per 1000 kelahiran (SDGs, 2015). Berdasarkan rekomendasi dari *United Nations Children's Fund* (UNICEF) 2017, salah satu upaya untuk mencegah kematian bayi adalah dengan memberikan Air Susu Ibu (ASI) eksklusif pada bayi dengan cara yang efektif dan efisien. Bayi yang mendapat ASI eksklusif 14 kali lebih mungkin untuk bertahan hidup dalam enam bulan pertama kehidupan dibandingkan bayi yang tidak mendapat ASI eksklusif.

Kebijakan pemerintah dalam menurunkan angka kematian bayi di Indonesia adalah dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif (PP Nomor 33 Tahun 2012). Dalam PP tersebut diatur tugas dan tanggung jawab pemerintah dan pemerintah daerah dalam pengembangan program ASI, diantaranya menetapkan kebijakan nasional dan daerah, melaksanakan advokasi dan sosialisasi serta melakukan pengawasan terkait program pemberian ASI eksklusif. Dalam rangka mendukung keberhasilan menyusui, sampai tahun 2013 telah dilatih sebanyak 4.314 orang konselor menyusui dan 415 orang fasilitator pelatihan konseling menyusui di Indonesia.

Hasil Survei Demografi Kesehatan Indonesia (SDKI) tahun 2017 menunjukkan bahwa pemberian ASI eksklusif pada bayi usia 0-6 bulan sebesar 52%, mengacu pada target program ASI sebesar 80% maka secara nasional pemberian ASI eksklusif di Indonesia tahun 2018 sebesar 68,7% dan belum mencapai target. Berdasarkan data dari Dinas Kesehatan Provinsi Riau tahun 2019, persentase pemberian ASI eksklusif di Provinsi Riau adalah sebesar 37,2%, sedangkan di Kabupaten Kampar persentase pemberian ASI eksklusif

adalah sebesar 36,3% (Dinas Kesehatan Provinsi Riau, 2020).

Pencapaian ASI eksklusif yang masih rendah di Kabupaten Kampar disebabkan oleh kurangnya kerja sama yang baik antara pengelola program ASI eksklusif dengan masyarakat, khususnya bagi ibu yang memiliki bayi serta gencarnya pemberian promosi susu formula yang dilakukan oleh para produsen (Dinas Kesehatan Kabupaten Kampar, 2019).

Peningkatan penggunaan susu formula juga disebabkan oleh pengaruh promosi susu formula yang semakin luas, sehingga orang tua lebih memilih memberikan bayi mereka Pengganti Air Susu Ibu (PASI). Intervensi yang dilakukan produsen susu formula adalah secara teratur mempromosikan susu formula melalui iklan, pemasaran melalui komunitas tertentu dan mensponsori tenaga kesehatan dan fasilitas pelayanan kesehatan dalam mempromosikan susu formula (Nyugen dkk, 2016). Penelitian Nuraini (2013) mendapatkan hasil bahwa promosi pemberian susu formula mempengaruhi praktik pemberian ASI tidak eksklusif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan penelitian tentang hubungan promosi susu formula dengan pemberian ASI eksklusif di Kabupaten Kampar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan promosi susu formula dengan pemberian ASI eksklusif di Kabupaten Kampar.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian analitik observasional dengan menggunakan desain penelitian *cross sectional*. Yaitu variabel independen dan variabel dependen diteliti dalam waktu yang bersamaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu yang memiliki bayi berusia 6 sampai 11

bulan yang berada di Kabupaten Kampar pada tahun 2020. Sampel penelitian adalah seluruh ibu yang memiliki bayi berusia 6 sampai 11 bulan yang berada di Kabupaten Kampar dan telah memenuhi kriteria inklusi yaitu sebanyak 139 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *multistage random sampling*. Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis univariat dan analisis bivariat. Analisis univariat yang akan dianalisis pada penelitian ini adalah distribusi frekuensi pemberian ASI eksklusif dan promosi susu formula selanjutnya analisis bivariat dilakukan untuk melihat hubungan antara dua variabel yaitu variabel independen yang terdiri dari promosi susu formula, sedangkan variabel dependen adalah pemberian ASI eksklusif. Jenis uji statistik yang digunakan adalah *uji chi square* dengan *confident interval (CI)* 95% dan  $\alpha = 0,05$ .

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian dilakukan pada tanggal 18 Agustus sampai 11 November 2020 meliputi seluruh ibu yang memiliki bayi berusia 6 sampai 11 bulan yaitu sebanyak 139 orang. Data yang diambil terdiri dari variabel independen (promosi susu formula) dan variabel dependen (pemberian ASI eksklusif). Selanjutnya hasil penelitian akan ditampilkan pada tabel berikut ini :

**A. Analisis Univariat**

**Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Variabel Dependen dan Variabel Independen Penelitian**

N o	Variabel dan Kategori	n	(%)
<b>Variabel Dependen</b>			
1.	Pemberian ASI Eksklusif		
	a. Ya	57	41
	b. Tidak	82	59

Jumlah	139	100
<b>Variabel Independen</b>		
2.	Mendapatkan Promosi Susu Formula	
	a. Tidak	80 57,6
	b. Ya	59 42,4
Jumlah	139	100

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 82 (59%) responden tidak memberikan ASI eksklusif dan sebesar 57 (41%) responden memberikan ASI eksklusif, kemudian sebanyak 80 (57,6%) responden tidak mendapatkan promosi susu formula dan sebanyak 59 (42,4%) responden mendapatkan promosi susu formula.

**B. Analisis Bivariat**

**Tabel 4.2 Hubungan Promosi Susu Formula Dengan Pemberian ASI Eksklusif Di Kabupaten Kampar**

Menda ptkan Promo si Susu Formu la	ASI Eksklusif				Total		P Value
	Ya		Tidak		n	%	
	n	%	n	%			
Tidak	41	51,2	39	48,8	80	100	0,007
Ya	16	27,1	43	72,9	59	100	
Jumlah	57	41	82	59	139	100	

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa sebanyak 39 (48,8%) responden yang tidak mendapatkan promosi susu formula tetapi tidak memberikan ASI eksklusif. Sedangkan sebanyak 16 (27,1%) responden mendapatkan promosi susu formula tetapi memberikan ASI eksklusif. Hasil uji statistik di peroleh nilai  $p = 0,007$ , berarti terdapat hubungan yang bermakna antara promosi susu formula dengan pemberian ASI eksklusif di Kabupaten Kampar.

Berdasarkan penelitian (Rahmawati dan Arti, 2016) diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara promosi susu formula

dengan pemberian ASI eksklusif. Ibu yang tidak tertarik dengan promosi susu formula akan lebih cenderung untuk memberikan ASI eksklusif pada bayinya bila dibandingkan dengan ibu yang tertarik dengan promosi susu formula.

Berdasarkan penelitian (Liu *et al*, 2014), dari keseluruhan subjek penelitian, proporsi ibu yang tidak memberikan ASI eksklusif lebih tinggi pada ibu yang mendapatkan sampel susu formula. Promosi susu formula dilakukan oleh pihak rumah sakit dengan cara pemberian sampel susu formula untuk bayi usia 0-6 bulan secara gratis dan hal ini termasuk salah satu tindakan pelanggaran kode etik pemasaran produk.

Promosi susu formula dengan pemberian sampel susu formula dapat mempengaruhi kegagalan pemberian ASI eksklusif, bila dibandingkan dengan ibu yang tidak mendapatkan sampel susu formula. Promosi susu formula juga dilakukan oleh pihak rumah sakit dengan cara membagikan sampel susu formula untuk bayi usia 0-6 bulan dengan pemberian paket kepada ibu bersalin berupa souvenir yang berisi susu formula bayi, hal ini tentunya memberikan pengaruh yang buruk terhadap keberhasilan pemberian ASI eksklusif. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan bermakna antara pemberian sampel susu formula dengan praktik pemberian ASI eksklusif pada bayinya (Nuraini, 2013).

Promosi susu formula merupakan salah satu faktor determinan yang dapat mengakibatkan kegagalan pemberian ASI eksklusif. Gencarnya kampanye produsen susu dan makanan pengganti ASI, serta berhasilnya upaya para distributor dalam mendistribusikannya mengakibatkan para ibu mudah untuk mempercayainya. Iklan yang mempromosikan bahwa susu buatan

pabrik sama baiknya dengan ASI senantiasa dapat menggoyahkan keyakinan ibu, sehingga ibu mudah tertarik untuk mencoba menggunakan susu formula tersebut sebagai pengganti ASI (Prasetyono, 2012).

Periklanan susu formula yang diperkenalkan kepada konsumen disajikan dalam bentuk atau kemasan yang menarik dan ditawarkan dengan berbagai cara komersial. Promosi susu formula melalui periklanan mampu mempengaruhi pikiran konsumen karena menampilkan visualisasi produk susu formula dengan kemasan yang menarik dan atraktif. Tidak sedikit konsumen yang memilih memberikan susu formula pada bayi yang seharusnya mendapatkan ASI eksklusif (Dartianingrum, 2014).

Sarana komunikasi yang semakin berkembang dan sarana transportasi yang semakin meningkat dapat memudahkan periklanan dan distribusi susu formula, yang dapat menimbulkan dampak berupa pergeseran perilaku dari pemberian ASI ke pemberian susu formula di daerah pedesaan maupun perkotaan. Promosi susu formula yang diperoleh seseorang akan mempengaruhinya dalam memberikan ASI eksklusif (Kurniawati dan Hargono, 2014).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diketahui bahwa lebih dari sebagian responden tidak memberikan ASI eksklusif dan tidak mendapatkan promosi susu formula serta terdapat hubungan yang bermakna antara promosi susu formula dengan pemberian ASI eksklusif Kabupaten Kampar.

Diharapkan peran serta tenaga kesehatan dalam mendukung keberhasilan program ASI eksklusif dengan secara rutin melakukan promosi

ASI eksklusif dan juga diharapkan kepada penolong persalinan, baik bidan maupun dokter agar tidak melakukan promosi susu formula dengan merk tertentu kepada ibu yang mempunyai bayi usia 0-6 bulan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada responden yang telah bersedia ikut andil dalam penelitian ini dan terima kasih untuk semua pihak terkait yang telah banyak membantu maupun memberikan masukan dan perbaikan dalam penyelesaian laporan penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Albab, FU. (2013). Hubungan Promosi Susu Formula Dengan Pengambilan Keputusan Keluarga Dalam Pemberian ASI Eksklusif Di Wilayah Kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember. *Artikel Ilmiah Universitas Jember*. Vol. 1, No 4. Pp. 36-43.
- Arini. (2012). *Mengapa Seorang Ibu harus Menyusui*. Yogyakarta : FlashBooks.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Survey Demografi Kesehatan Indonesia : Kematian Bayi dan Anak Tahun 2017*. BPS Indonesia. Jakarta.
- Dartianingrum, PA. (2014). Pengaruh Tayangan Iklan Televisi Susu SGM Terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga dalam Pemberian Susu Formula pada Anak Batita Di Posyandu Perdana Empat Lima Kelurahan Gunung Kelua Samarinda. *eJurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2, No. 4. Pp 269-286.
- Dinas Kesehatan Provinsi Riau. (2020). *Profil Kesehatan Provinsi Riau 2019*. Pekanbaru : Dinas Kesehatan Provinsi Riau.
- Dinas Kesehatan Kabupaten Kampar. (2020). *Cakupan ASI Eksklusif 2019*. Bangkinang. Dinas Kesehatan Kabupaten Kampar.
- Haryono, R. (2014). *Manfaat ASI Eksklusif Untuk Buah Hati Anda*. Yogyakarta : Gosyen Publishing.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2014). *Situasi dan Analisis ASI Eksklusif*. Diakses 25 Maret 2016. <<http://www.depkes.go.id>>.
- Kurniawati, D. Hargono, N. (2014). Faktor Deteminan yang Mempengaruhi Kegagalan Pemberian ASI Eksklusif pada Bayi Usia 6-12 Bulan Di Kelurahan Mulyorejo Wilayah Kerja Puskesmas Mulyorejo Surabaya. *Jurnal Promkes*. Vol. 2, No. 1. Pp. 15-27.
- Liu, A. Dai, Y. Xie, X. Chen, L. (2014). Implementation of International Code of Marketing Breast-Milk Substitutes in China. *Journal Breastfeeding Medicine*. Vol. 9, No. 9. Pp. 467-472.
- Nuraini. (2013). Sampel Susu Formula dan Praktik Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*. Vol. 7, No. 12. Pp. 551-556.
- Nyugen, TT. Wither, M., Hajeebhoy, N. Frongillo, EA. (2016). Infant Formula Feeding at Birth is Common and Inversely Associated with Subsequent Breastfeeding Behavior in Vietnam. *The Journal of Nutrition*. Vol. 146, No. 8. Pp. 1-7.
- Rahmawati, N. Arti, AB. (2011). Hubungan Ketertarikan Iklan Susu Formula Dengan Pemberian ASI Eksklusif Di Posyandu Desa Kemudo Prambanan Klaten. *Jurnal Involusi Kebidanan*. Vol. 1, No. 1. Pp. 61-72.
- United Nations Children's Fund. (2017). *Laporan Tahunan 2012*. UNICEF. Indonesia

- Pemerintah Republik Indonesia. (2012). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2012 Tentang Pemberian ASI Eksklusif*. Pemerintah RI. Jakarta.
- Pollard, M. (2016). *ASI, Asuhan Berbasis Bukti*. (Terjemahan : Elly Wiriawan). Jakarta: EGC.
- Prasetyono. (2012). *Buku Pintar ASI Eksklusif*. Yogyakarta: Diva Press
- Proverawati, Atikah dan Eni, R. (2010). *Kapita Selekta ASI dan Menyusui*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Pujiani. (2014). Analisis Faktor Pemberian ASI Eksklusif. *Jurnal Edu Health*. Vol. 4, No. 1. Pp. 53-58.