

PERAN MEDIA KOMUNIKASI FACEBOOK *ASOSIASI IBU MENYUSUI INDONESIA* TERHADAP PERSEPSI IBU MENYUSUI DALAM MELAKSANAKAN PROGRAM ASI EKSKLUSIF

Rizky Ayu Nurfirdauzi

Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

This correlation study aims to determine the role of communication media of Indonesian Breastfeeding Mothers Association on Facebook toward the perception of breastfeeding mothers in implementing breastfeeding exclusive program. The sample was based on the assumption of population proportion that is simply known as Yamane formula (Jalaluddin Rahmat, 1999). 75 people are required and taken randomly as the sample (random cluster sampling). All the data were analyzed with normality and homogeneity assessment. The hypothesis is verified using the Spearman correlation. The result of Spearman correlation test shows that there was a clear moderate positive relationship between the role of communication media of Indonesian Breastfeeding Mothers Association on Facebook toward the perception of breastfeeding mothers in implementing breastfeeding exclusive program.

Keywords: *correlation, role, perception of breastfeeding mothers*

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian korelasi yang bertujuan untuk mengetahui peran media komunikasi facebook *Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia* terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif. Populasi penelitian adalah merupakan ibu menyusui, meng-add akun facebook milik AIMI yaitu Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, berhasil melaksanakan program asi eksklusif, akun facebooknya masih aktif sehingga bisa dihubungi, menyatakan bersedia menjadi responden sejumlah 300 orang. Besarnya sampel didasarkan pada pendugaan proporsi populasi yang secara sederhana dikenal dengan rumus Yamane (Jalaluddin Rakhmat, 1999) sehingga diperlukan sampel 75 orang yang diambil secara acak (*cluster random Sampling*). Semua data hasil penelitian dianalisis dengan uji normalitas dan homogenitas kemudian diuji hipotesis menggunakan korelasi Spearman. Hasil uji korelasi Spearman menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif moderat yang nyata antara peran media komunikasi facebook *Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia* terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif.

Kata kunci: korelasi, peran, persepsi ibu menyusui

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Angka kematian bayi merupakan salah satu indikator derajat kesehatan masyarakat. Angka kematian bayi di seluruh dunia saat ini setiap tahunnya mencapai 4 juta jiwa. Berdasarkan penelitian World Health Organization (WHO) di enam negara berkembang resiko kematian bayi antara usia 9–12 bulan meningkat 40% jika bayi tersebut tidak disusui. Untuk bayi berusia di bawah 2 bulan, angka kematian ini meningkat menjadi 48%. Sekitar 40% kematian balita terjadi satu bulan pertama kehidupan bayi.

Di Indonesia, berdasarkan data Survey Demografi Kesehatan Indonesia, saat ini tercatat angka kematian bayi masih sangat tinggi yaitu 35 tiap 1.000 kelahiran hidup pada tahun 2008, yang artinya dalam satu tahun sekitar 175.000 bayi meninggal sebelum mencapai usia satu tahun. Ikatan Dokter Anak Indonesia (IDAI) mencatat tidak kurang dari 10 bayi dan 20 anak balita meninggal dunia setiap jam di Indonesia.

WHO merekomendasikan semua bayi perlu mendapat kolostrum (air susu ibu atau ASI di hari pertama dan kedua) untuk melawan infeksi dan mendapat ASI Eksklusif selama 6 bulan untuk menjamin kecukupan gizi bayi. Karena itulah organisasi internasional yang secara khusus menyoroti permasalahan pentingnya menyusui untuk kelangsungan hidup bayi, WABA (*World Alliance for Breast Feeding*) setiap tahunnya menyelenggarakan Pekan ASI Sedunia (PAS) setiap tanggal 1-7 Agustus, untuk mendukung pengkampanyean pentingnya ASI bagi keberlangsungan hidup bayi.

Menurut laporan *World Breastfeeding Trends Initiative* pada tahun 2012 tentang angka pemberian ASI Eksklusif menyatakan bahwa Indonesia berada di peringkat 49 dari 51 negara, yaitu dengan angka cakupan pemberian ASI eksklusif hanya sebesar 27,5%. Sedangkan menurut data yang dirilis oleh Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2009 tentang ASI eksklusif menunjukkan bahwa pemberian ASI eksklusif di kabupaten/kota di Jawa Tengah mencapai angka 40,21%, meningkat bila dibandingkan pada tahun 2008 yang hanya 28,96%. Akan tetapi jumlah ini masih dikatakan rendah jika dibandingkan dengan target pencapaian ASI eksklusif pada tahun 2010 yaitu 80.

Pemerintah Indonesia sendiri dalam hal ini telah melakukan berbagai upaya, diantaranya dengan diterbitkannya Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 450/MENKES/SK/IV/2004 tentang pemberian Air Susu Ibu (ASI) secara eksklusif pada bayi di Indonesia yang berisi hal-hal sebagai berikut:

- Menetapkan pemberian Air Susu Ibu (ASI) secara eksklusif bagi bayi di Indonesia sejak bayi lahir sampai dengan bayi berumur 6 bulan dan dianjurkan dilanjutkan sampai anak berusia 2 tahun dengan pemberian makanan tambahan yang sesuai.
- Semua tenaga kesehatan yang bekerja di sarana pelayanan kesehatan agar menginformasikan kepada semua Ibu yang baru melahirkan untuk memberikan ASI Eksklusif.
- Tenaga Kesehatan dalam memberikan informasi sebagaimana dimaksud Diktum Ketiga agar mengacu kepada Sepuluh Langkah Menuju Keberhasilan Menyusui (LMKM).

Adapun Sepuluh Langkah Menuju Keberhasilan Menyusui sebagaimana yang dimaksud di atas adalah: (1) Sarana Pelayanan Kesehatan (SPK) mempunyai kebijakan Peningkatan Pemberian Air Susu Ibu (PP-ASI) tertulis yang secara rutin dikomunikasikan kepada semua petugas; (2) Melakukan pelatihan bagi petugas dalam hal pengetahuan dan untuk menerapkan kebijakan tersebut; (3) Menjelaskan kepada semua ibu hamil tentang manfaat menyusui dan penatalaksanaannya dimulai sejak masa kehamilan, masa bayi lahir sampai umur 2 tahun termasuk cara mengatasikesulitan menyusui; (4) Membantu ibu mulai menyusui bayinya dalam 30 menit setelah melahirkan, yang dilakukan di ruang bersalin. Apabila ibu mendapat operasi Caesar, bayi disusui setelah 30 menit ibu sadar; (5) Membantu ibu bagaimana cara menyusui yang benar dan cara mempertahankan menyusui meski ibu dipisah dari bayi atas indikasi medis; (6) Tidak memberikan makanan atau minuman apapun selain ASI kepada bayi baru lahir; (7) Melaksanakan rawat gabung dengan mengupayakan ibu bersama bayi 24 jam sehari; (8) Membantu ibu menyusui semau bayi semau ibu, tanpa pembatasan terhadap lama dan frekuensi menyusui; (9) Tidak memberikan dot atau kempeng kepada bayi yang diberi ASI; dan (10) Mengupayakan terbentuknya Kelompok Pendukung ASI (KP-ASI) dan merujuk ibu kepada kelompok tersebut ketika pulang dari Rumah Sakit/Rumah Bersalin/Sarana Pelayanan Kesehatan.

Tak hanya pemerintah, sejumlah kepedulian juga lahir dari sejumlah orang yang kemudian mendirikan lembaga yang khusus menangani isu seputar pemberian ASI di Indonesia. Lembaga tersebut adalah AIMI yang merupakan kepanjangan dari Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia. Terbentuknya AIMI didasari kepedulian beberapa ibu yang sangat menyadari bahwa pemberian ASI adalah sangat penting bagi bayi khususnya selama 6 bulan pertama kehidupan bayi atau yang biasa dikenal dengan istilah ASI eksklusif. Tak hanya itu, AIMI juga menggalakkan pemberian ASI selama 2 tahun setelah ASI eksklusif. Inisiatif mendirikan Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia ini awalnya lahir disertai keprihatinan atas rendahnya dukungan pemerintah, masyarakat dan instansi swasta terhadap pemberian ASI. Padahal ASI merupakan awal yang baik untuk generasi bangsa yang berkualitas. Selain itu, upaya sosialisasi mengenai pentingnya ASI bagi kesehatan dan imunitas bayi serta penyebaran informasi mengenai ASI dinilai masih sangat kurang. Kondisi ini diperparah pula dengan belum adanya dukungan kepada keluarga Indonesia, terutama ibu-ibu untuk mendapatkan akses informasi selengkap mungkin mengenai ASI baik dari rumah sakit tempat melahirkan maupun dari tenaga kesehatan.

Realita yang kemudian dihadapi oleh AIMI adalah adanya kesulitan untuk menjangkau keseluruhan wilayah Indonesia dalam mengkampanyekan *ASI for Baby*. Kesulitan ini mencakup keadaan geografis Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau. Sedikitnya tenaga kesehatan yang paham tentang pentingnya ASI dan tentang peraturan pemerintah yang mewajibkan ASI. Iklan susu formula yang gencar baik itu di media maupun di rumah sakit dan fasilitas untuk bersalin lainnya. Belum meratanya cabang-cabang AIMI bahkan sampai sekarang pun turut menjadi permasalahan dalam kampanye AIMI.

Dengan berbagai permasalahan yang ada, berbanding dengan semakin tingginya permintaan para ibu menyusui akan informasi seputar menyusui, maka hampir bisa

dipastikan bahwa kampanye AIMI belum maksimal. Karenanya, AIMI-ASI kemudian menyadari bahwa untuk menyebarluaskan pesan tentang menyusui diperlukan sarana ataupun media, untuk membantu proses tersebut. Maka proses pengkomunikasian pesan-pesan oleh AIMI-ASI terhadap ibu menyusui pun menggunakan beberapa media, diantaranya dengan menggunakan internet.

Dengan memanfaatkan internet inilah akhirnya dibentuk situs resmi AIMI yaitu *aimi-asi.org*, facebook dengan nama akun *Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia*, dan twitter dengan id *@aimi_asi*. Akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, dipilih oleh peneliti untuk dijadikan objek dalam penelitian ini. Adapun alasannya adalah tingginya konsumsi media sosial facebook oleh masyarakat Indonesia, yang mana tembus hingga mencapai angka 41,777,240 pengguna, dari 241.452.952 total penduduk Indonesia yang menempati urutan ke empat sebagai negara berpenduduk terbanyak di dunia. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai pengguna facebook terbesar kedua di dunia, setelah Amerika Serikat. Facebook pulalah yang menjadi 1 dari 5 situs yang paling banyak dikunjungi orang Indonesia. Alasan lainnya adalah di dalam facebook AIMI-ASI, para ibu bisa saling *share* dengan ibu yang lain berkaitan dengan kegiatan menyusui, kesulitan-kesulitan yang dihadapi ketika menyusui, dan mendapatkan dukungan dari sesama ibu menyusui untuk menyusui kapanpun dan dimanapun. Karena sifatnya yang edukatif dan informatif maka salah satu alat publikasi AIMI-ASI ini (akun facebook) kemudian dipandang mampu untuk mengubah atau membentuk persepsi untuk kemudian mengubah perilaku. Dari yang menganggap menyusui adalah sekedarnya hingga kemudian berpandangan bahwa menyusui adalah hal alamiah yang merupakan kewajiban bagi ibu dan hak bagi bayi.

2. Rumusan Masalah

Rumusan permasalahan pada penelitian ini yaitu sejauh mana peran media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif.

3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peran media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi

Changara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi (1998) menjabarkan beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli. Beberapa di antaranya yaitu:

- a) Rogers & D. Lawrence Kincaid, 1981. Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

- b) Harold D. Lasswell, 1960. Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?)

Effendy, dalam bukunya Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek (1994), membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu: (1) *Proses komunikasi secara primer*, yakni proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (kial/*gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. (2) *Proses komunikasi sekunder*, yakni proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

2. Media

Lewat pengertian proses komunikasi sekunder seperti yang sudah dijabarkan menurut Lasswel di atas, dalam suatu proses komunikasi, agar menjadi efektif, maka membutuhkan saluran/*channel*/ media penyampaian pesan. Pengertian media itu sendiri adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.

Dani Vardiansyah dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi (2004) menyebutkan bahwa media adalah bentuk jamak dari medium komunikasi, yang dapat diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi.

3. Media Sosial

Berbicara mengenai teknologi media komunikasi dalam penelitian ini tentu kita akan berbicara mengenai facebook, yang mana merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam artikel Horizons Bisnis: 2010, mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”

Stutzman dalam Limperos dkk, (2008) menyatakan aplikasi yang terdapat dalam *facebook* memungkinkan setiap orang yang memiliki *account* untuk menampilkan informasi personal, seperti hobi, musik favorit, kampung halaman, tempat tinggal begitu juga dengan foto atau gambar pribadi. Selain itu, pengguna juga dapat mengirimkan pesan yang setara dengan fasilitas pesan elektronik lainnya, dan *facebook* juga menampilkan dan menyediakan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan situs jaringan sosial *online* lainnya.

4. Teori Peran

Ditinjau dari buku *Perilaku Organisasi* oleh Suryana Sumantri (2001), peran merupakan salah satu komponen dari sistem sosial organisasi, selain norma dan budaya organisasi. Di sini secara umum 'peran' dapat didefinisikan sebagai "*expectations about appropriate behavior in a job position (leader, subordinate)*". Sedangkan menurut Soekanto, peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran.

5. Teori Persepsi

Kimball Young dalam buku Adi,I.R, "**Pemberdayaan, Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas : Pengantar pada pemikiran dan pendekatan praktis**"(Edisi Revisi 2003). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, hlm.102 menyatakan persepsi merupakan suatu yang menunjukkan aktivitas, merasakan, menginterpretasikan dan memahami objek baik fisik maupun benda. Hal ini menekankan bahwa persepsi akan timbul setelah seseorang atau sekelompok orang terlebih dahulu merasakan kehadiran suatu objek. Setelah dirasakan kemudian objek tersebut diinterpretasikan.

William James masih dalam buku yang sama menyebutkan ada tiga macam bentuk persepsi yakni: (1) Persepsi masa lampau disebut dengan persepsi ingatan (tanggapan); (2) Persepsi masa sekarang disebut dengan persepsi tanggapan imajinasi; dan (3) Persepsi masa mendatang disebut sebagai tanggapan antisipatif.

Berdasarkan uraian di atas berarti tanggapan diasosiasikan sebagai suatu reaksi yang dihasilkan stimuli berupa pertumbuhan kesan pribadi yang berorientasi kepada pengamatan masa lampau, masa kini, dan masa mendatang.

METODOLOGI PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah penelitian penjelasan atau *explanatory research* yang menurut Masri Singarimbun adalah penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan mengkaji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Oleh karena itu dinamakan juga dengan penelitian pengujian hipotesa atau *testing research*. Walaupun uraiannya juga mengandung deskripsi, tetapi sebagai penelitian relasional fokusnya terletak pada penjelasan hubungan-hubungan antar-variabel.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Masih menurut Singarimbun, yang dimaksud populasi atau universe adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi dalam penelitian ini adalah para ibu menyusui itu sendiri, yang mengikuti akun facebook AIMI-ASI, yang berhasil dalam pelaksanaan program ASI eksklusifnya.

Persoalan mengenai batasan populasi kemudian muncul ketika peneliti menyadari bahwa banyaknya akun facebook yang meng-*add* akun Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, yaitu mencapai angka ribuan, sementara tidak bisa dipastikan apakah semua akun

tersebut masih aktif dan menyatakan bersedia untuk menjadi responden. Tidak bisa dipastikan pula bahwa semua akun tersebut adalah ibu menyusui, karena bisa jadi para pemilik akun yang bukan merupakan ibu menyusui pun ikut mengikuti akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia. Apalagi akun facebook milik AIMI tersebut bebas sifatnya *bebas*, atau semua bisa meng-*add* dan semua bisa membaca postingan yang ada. Tidak bisa dipastikan pula bahwa jumlah total pengikut akun facebook AIMI tersebut kesemuanya adalah ibu menyusui yang melaksanakan program ASI eksklusif. Karena itu, peneliti kemudian mengemukakan batasan-batasan dalam penentuan populasi. Adapun ciri-ciri yang diakui sebagai populasi adalah:

1. Merupakan ibu menyusui
2. Meng-*add* akun facebook milik AIMI yaitu Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia
3. Berhasil melaksanakan program asi eksklusif
4. Akun facebooknya masih aktif sehingga bisa dihubungi
5. Menyatakan bersedia menjadi responden

Berdasar batasan populasi di atas maka jumlahnya diperkirakan sebanyak 300 akun. Jumlah ini memang jauh lebih sedikit daripada jumlah para pengikut akun AIMI itu sendiri. Angka 300 ini didapatkan dari batasan populasi yang telah ditetapkan oleh peneliti. Sementara jumlah sampelnya berdasarkan rumus Yamane adalah 75 orang.

Ada dua jenis data yang digunakan oleh peneliti. Yaitu data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari responden, salah satunya dengan menyebarkan angket kuesioner yang telah disusun terlebih dahulu. Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung atau dengan cara mengutip dari sumber lainnya guna melengkapi data primer.

Untuk pengumpulan data, dalam penelitian ini digunakan teknik Kuesioner, yaitu dengan cara menyebarkan angket secara langsung kepada responden. Interview, yaitu wawancara dengan berbagai pihak untuk memperoleh dan melengkapi data yang belum terungkap. Dan kepustakaan, merupakan data tambahan yang digunakan untuk melengkapi data primer melalui literatur.

SAJIAN DATA

Bagian pertama dari kuesioner ini berfungsi untuk mendeskripsikan data dari responden, yang berisi 2 butir pertanyaan yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden. Beberapa hal yang ditanyakan untuk mengetahui karakteristik responden adalah usia, dan pekerjaan. Aspek-aspek yang menggambarkan karakteristik responden akan dijelaskan secara lebih rinci di bawah ini.

a. Usia

Usia responden dalam penelitian ini cukup bervariasi, yaitu antara 23 – 32 tahun. Dan karena hal tersebut maka peneliti melakukan pembagian jenjang 4, dimulai dari 0 tahun. Berdasarkan hasil penyebaran kuesinor dan dari 75 responden didapatkan hasil, untuk usia yang berada dikisaran antara 20 – 24 tahun ditemukan sebanyak 41 orang, atau sekitar 54.67% dari keseluruhan jumlah responden. Kemudian usia pada

kisaran antara 25 – 29 tahun sebanyak 25 orang atau sekitar 33.33%. Terakhir yaitu yang berusia antara 30 – 34 tahun, sebanyak 9 orang atau sekitar 12% dari keseluruhan jumlah responden.

b. Pekerjaan

Hasil survei di lapangan menunjukkan, ada 3 jenis pekerjaan yang diisi pada kuesioner oleh para responden. Yaitu ibu rumah tangga, wiraswasta, dan swasta/pegawai swasta. Dari 75 responden yang dipilih sebagai sampel, pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah 28 responden, atau sekitar 37.33% dari keseluruhan jumlah responden. Wiraswasta berjumlah 29 orang atau 38.67% dari keseluruhan jumlah responden. Dan 18 orang bekerja pada sektor swasta, atau sekitar 24% dari keseluruhan jumlah responden.

ANALISA DATA

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang akan diukur korelasionalnya. Variabel yang pertama adalah peran akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, sebagai variabel independen. Dan persepsi ibu menyusui, sebagai variabel dependen. Kedua variabel tersebut diukur melalui pernyataan/kalimat positif yang mana responden diharapkan untuk menjawabnya dengan opsi jawaban 5 / 4 / 2 / 1 atau kemudian bisa disebut skala Likert berjenjang empat. Angka 3 pada pilihan jawaban sengaja ditiadakan karena untuk menghindari responden terlalu banyak mengambil jawaban aman/netral pada setiap pernyataan yang diajukan. Angka 5 untuk jawaban sangat setuju, angka 4 untuk jawaban setuju, angka 2 untuk jawaban tidak setuju, dan angka 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.

a. Variabel Independen : peran akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia

Variabel peran akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia diukur melalui 3 pointer yaitu frekwensi, perhatian, dan durasi, yang dikonstruksikan melalui 9 pernyataan, yaitu responden mengikuti akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia sejak kapan, yang berdasarkan penelitian di lapangan mendapatkan hasil mayoritas responden atau 44 orang atau 59% menjawab ketika hamil. Responden sering mengunjungi akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, mayoritas responden 59 orang atau 79% menjawab setuju. Responden sengaja meluangkan waktu beberapa lama untuk mengunjungi akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, mayoritas responden 56 orang atau 75% menjawab setuju. Responden antusias dalam menggali informasi yang terdapat dalam akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia mayoritas responden 39 orang atau 52% menjawab setuju. Responden membuka akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia tidak sambil melakukan aktifitas lain, mayoritas responden 34 orang atau 45% menjawab setuju. Responden memahami isi pesan yang terdapat dalam akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, mayoritas responden 40 orang atau 53% menjawab setuju. Responden setuju bahwa akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia sudah memenuhi pengharapan Anda dalam pemenuhan informasi tentang pemberian ASI, dukungan ASI eksklusif bagi bayi, juga

dalam perannya dalam mengedukasi, mayoritas responden 39 orang atau 52% menjawab setuju. Responden setuju anggapan adanya penambahan pengetahuan dan perbedaan pandangan Anda terhadap ASI eksklusif setelah mengikuti akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, mayoritas responden 50 orang atau 67% menjawab setuju. Responden menyadari bahwa mengikuti akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia turut berperan dalam keberhasilan dalam melaksanakan program ASI eksklusif, mayoritas responden 53 orang atau 71% menjawab setuju.

b. Variabel Dependen : persepsi ibu menyusui

Variabel persepsi ibu menyusui diukur melalui 3 pointer yaitu tahu, aktif, yang dikonstruksikan melalui pengajuan 8 pernyataan, yaitu dari nomor 1 – 8. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa responden tahu apakah itu Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia (AIMI ASI), mayoritas responden atau 39 orang atau 52% menjawab sangat setuju. Responden tahu tentang akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia mayoritas responden atau 39 orang atau 52% menjawab sangat setuju. Responden aktif mengikuti akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, mayoritas responden atau 56 orang atau 75% menjawab setuju. Dari akun facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia responden mendapat informasi seputar menyusui, mayoritas responden atau 54 orang atau 72% menjawab sangat setuju. Akun facebook Asosiasi Indonesia menyediakan informasi yang responden butuhkan terkait program ASI eksklusif, mayoritas responden atau 54 orang atau 72% menjawab sangat setuju. Responden tahu mengenai definisi ASI eksklusif, mayoritas responden atau 44 orang atau 59% menjawab sangat setuju. Responden berpendapat bahwa pengertian ASI eksklusif adalah menyusui bayi cukup hanya dengan air susu ibu (ASI) selama 6 bulan pertama kehidupan bayi, mayoritas responden atau 63 orang atau 84% menjawab sangat setuju. Responden menganggap bahwa ASI eksklusif adalah penting, mayoritas responden atau 60 orang atau 80% menjawab sangat setuju.

Analisis hipotesa pada riset ini, peneliti melakukan pengujian mengenai benar atau tidaknya hipotesa yang telah disusun. Terdapat dua hipotesa dalam penelitian mengenai pengaruh peran media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif. Hipotesa dalam penelitian ini adalah tentang sejauh mana hubungan antara peran media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, sebagai variabel independen, terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif anak sebagai variabel dependen. Analisis data ini dimaksudkan untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H_0 : Media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia tidak berperan secara positif terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif.

H_a : Media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia berperan secara positif terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif.

Berdasarkan hasil penghitungan SPSS versi 18 dengan rumus korelasi Pearson, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,021 yang mana lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif moderat antara peran media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif. Dari hasil penghitungan SPSS itu pula, diperoleh r_{xy} untuk penghitungan korelasi antara peran media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif sebesar 0,236. Maka berdasar skala kekuatan hubungan yang ditetapkan Burhan Bungin (2006), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang dikumpulkan dan hasil analisis data yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara peran media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia terhadap persepsi ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif. Persepsi yang dimaksud disini adalah persepsi yang benar, menurut kajian ilmiah pemerintah dan peneliti serta tenaga kesehatan yang pro-ASI. Sedangkan maksud hubungan yang positif itu sendiri berarti semakin tinggi peran media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia terhadap ibu menyusui maka semakin kuat pula persepsi yang timbul pada ibu menyusui dalam melaksanakan program ASI eksklusif.

2. Saran

Berdasar kesimpulan dan implikasi yang diperoleh, terdapat saran bagi beberapa pihak diantaranya kepada ibu hamil dan menyusui sebaiknya mengikuti media komunikasi facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia. Karena peran dari media ini yang berpengaruh terhadap persepsi ibu menyusui untuk mendukung pelaksanaan ASI eksklusif. Bagi penulis lanjutan yang memiliki minat penelitian yang sama, agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai kajian pustaka penelitian baru yang terkait dengan peran media sosial khususnya facebook terhadap ibu hamil dan menyusui. Peneliti lain juga dapat meng-eksplere lebih jauh mengenai peran media dalam permasalahan lain. Bagi pemerintah, agar membuat kebijakan yang lebih tegas untuk mendukung pemberian ASI di Indonesia, utamanya selama 6 bulan pertama kehidupan bayi.

Daftar Pustaka

- Changara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 1994. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remadja Karya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sumantri, Suryana. 2001. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Wolf, Jacquelin C. 2001. *Dont Kill Your Baby: Public Health and The Decline of Breastf in the 19th and 20th Centuries (Women & Health C&S Perspective)*. Ohio State University Press.
- Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sumantri, Suryana. 2001. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Moedjiono, Atika Walujani. (2007). ASI Terbaik untuk Bayi. <http://www.kompas.com/ver1/Kesehatan/0708/04/000233.htm>. 1 Januari 2008-01-03 diakses pada 20/11/2013 pukul 11.00
- Thomsen, Steven R. (2007). Searching for media effects, *Epidemiology*, Vol 10 (1) hal 191-192, diakses dari <http://ije.oxfordjournals.org/cgi/content/full/36/5/1078>
- <http://aimi-asi.org/alasan-medis-pengganti-asi/> diakses pada 20/11/2013/13.20
- <http://www.depkes.go.id/resources/download/pusdatin/profil-kesehatan-indonesia/profil-kesehatan-indonesia-2008.pdf> diakses pada 12/12/2013/09.00
- <http://aimi-asi.org/tenaga-kesehatan-indonesia-perlu-sosialisasi-kebijakan-menyusui/> diakses pada 20/10/2014 pukul 12.13
- <http://aimi-asi.org/wp-content/uploads/2013/01/10-kepmenkes-450.pdf> diakses pada 20/11/2013 pukul 09.00