

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### I.1. Latar Belakang Masalah

Peneliti memiliki minat yang cukup besar untuk meneliti mengenai ibu *net generation* dalam kegiatannya mencari informasi mengenai *breastfeeding* dilatarbelakangi oleh kekaguman peneliti terhadap kemampuan ibu-ibu tersebut untuk tetap bertahan memberikan ASI kepada bayinya walaupun berada di tengah kesibukan sehari-hari dalam segala profesi dan ditengah segala kemudahan yang ditawarkan produk *instant* seperti susu formula untuk bayi serta kurangnya dukungan dari berbagai pihak baik keluarga maupun lingkungan lainnya. Meskipun iklan susu formula untuk anak dibawah usia 1 tahun tidak diijinkan untuk ditayangkan di media massa umum, namun di Indonesia jumlah ibu yang memberikan susu formula kepada bayinya masih berada di angka yang cukup tinggi. Indonesia tercatat sebagai negara kedua terbesar dalam hal konsumsi *infant formula* (susu formula bayi) setelah China.

**Tabel I.1 Data pertumbuhan bisnis susu formula global**

1	China	US\$ 5,2 miliar
2	Indonesia	US\$ 1,1 miliar
3	Meksiko	US\$ 602 juta
4	Rusia	US\$ 553 juta
5	Arab Saudi	US\$ 354 juta
6	Thailand	US\$ 242 juta

(Sumber: Detik Health, 2011)

Anak berhak mendapatkan asupan gizi bagi tumbuh kembangnya. Termasuk hak memperoleh ASI eksklusif selama enam bulan pertama dan atau lebih. UNICEF juga memberikan rekomendasi pada para ibu di dunia untuk menyusui atau memberikan ASI secara eksklusif selama 6 bulan kepada bayinya. Pada tahun 2004, Menteri Kesehatan RI, Dr. Achmad Sujudi, mengeluarkan Keputusan Menteri No 450/MENKES/SK/IV/2004 tentang Pemberian Air Susu Ibu (ASI) secara eksklusif pada bayi di Indonesia. Meski pemerintah telah membuat peraturan yang mewajibkan seluruh ibu di Indonesia memberikan ASI eksklusif kepada bayinya, namun hal tersebut belum menimbulkan kesadaran pada keluarga Indonesia tentang pentingnya ASI bagi tumbuh kembang anak. Menurut data Susenas 2004-2008, hanya 50 persen ibu yang konsisten memberikan ASI eksklusif selama enam bulan (Yahoo She, 2013).

Meskipun demikian angka menyusui eksklusif di Indonesia menurut Survey Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) tahun 2007 baru mencapai 32% dan bayi yang dilahirkan di fasilitas kesehatan cenderung diberi susu formula (Indonesian Pediatric Society, 2013). Data dari Riskesdas (Riset Kesehatan Dasar) tahun 2002 dan 2007 menunjukkan untuk pemberian ASI eksklusif pada bayi di bawah usia 2 bulan menunjukkan penurunan angka yaitu 64 persen pada tahun 2002 dan turun menjadi 48,3 persen pada tahun 2007 (Wahyuningsih, 2011). Untuk data pemberian ASI eksklusif pada bayi hingga 6 bulan, menurut Riskesdas tahun 2010, angka ibu yang memberikan ASI eksklusif pada bayi hingga 6 bulan turun menjadi 15,3 persen dari semula 30 persen pada tahun 2007 (Wahyuningsih, 2011).

Menurunnya angka ibu menyusui ini dikarenakan peran ASI digantikan oleh susu formula sebagai makanan pengganti bagi bayi. Dikutip dari website salah satu perusahaan konsultan spesialis untuk industri makanan dan minuman seluruh dunia, Zennith International menyatakan sebagai berikut:

*“Indonesia is another key country that is driving market growth. It has the world’s 4th largest population, around 22 million children under the age of 4, Asia’s second-highest birth rate and rising wealth. Multinational companies are building new production facilities there to meet the increasing demand – Nestlé has invested \$200 million to start production of powdered milk and its Milo drink this year. Baby milk powder producers are linking the health benefits of milk with both mental and physical success, which appeals to their target group of middle-class parents. Since malnutrition had caused the death of millions of young children in Indonesia, the Government has encouraged exclusive breast-feeding from birth until 6 months. However, this is a real challenge for women in a modernising society and more are choosing powdered infant milk as an alternative”*(Zenith International, 2014).

Pernyataan di atas diartikan sebagai berikut:

“Indonesia merupakan salah satu negara kunci yang mendorong pertumbuhan pasar (susu formula). Memiliki penduduk ke-4 terbesar di dunia, sekitar 22 juta anak di bawah usia 4 tahun, angka kelahiran tertinggi kedua di Asia dan pertumbuhan kekayaan. Perusahaan multinasional sedang membangun fasilitas produksi baru di sana untuk memenuhi permintaan yang semakin meningkat - Nestlé telah menginvestasikan \$200 juta untuk memulai produksi susu bubuk dan minuman Milo tahun ini. Produsen susu bubuk bayi yang menghubungkan manfaat kesehatan dari susu dengan keberhasilan mental dan fisik, yang menarik bagi kelompok sasaran mereka orang tua kelas menengah. Karena kekurangan gizi telah menyebabkan kematian jutaan anak-anak di Indonesia, pemerintah telah mendorong menyusui eksklusif sejak lahir sampai 6 bulan. Namun, ini adalah tantangan nyata bagi perempuan dalam masyarakat modernisasi dan lebih memilih susu bayi bubuk sebagai alternatif” (Zenith International, 2014).

Dr. Minarto, MPS, Direktur Bina Gizi Kemenkes, menjelaskan bahwa pemberian ASI eksklusif cenderung menurun. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi, antara lain informasi ASI yang kurang memadai

diberikan kepada ibu-ibu, kondisi lingkungan (tempat dan waktu) yang belum mendukung untuk menyusui, serta pemasaran susu formula yang tidak tertib (Wahyuningsih, 2011). Tidak tertib dalam arti susu formula dipasarkan secara tidak terbuka tetapi terselubung. Susu formula yang dimaksud disini adalah susu formula untuk anak bayi baru lahir (*infant formula*) di bawah satu tahun. Pemasaran terselubung dilakukan produsen susu formula dengan menargetkan langsung pada ibu-ibu yang memiliki bayi dibawah usia 1 tahun atau bahkan ibu-ibu yang baru melahirkan (Wahyuningsih, 2011).

Dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 39 tahun 2013 tentang Susu Formula Bayi dan Produk Bayi Lainnya disebutkan pada bab V pasal 20 ayat 1 bahwa susu formula bayi hanya dapat diiklankan oleh produsen dan/atau distributor pada media cetak khusus tentang kesehatan. Media cetak khusus tentang kesehatan adalah media cetak dalam bentuk majalah, buletin, jurnal atau yang sejenis di bidang kesehatan yang bersifat ilmiah serta hanya ditujukan untuk tenaga kesehatan, praktisi di bidang kesehatan dan institusi/fasilitas pelayanan kesehatan (Peraturan Menteri Kesehatan no 39, 2013:3).

Kementerian Kesehatan menyatakan dalam rangka menyukseskan keberhasilan pemberian ASI eksklusif, perlu dukungan berbagai pihak mulai dari pemerintah, pemda provinsi dan kabupaten/kota, penyelenggara pelayanan kesehatan, tenaga kesehatan, masyarakat serta keluarga terdekat ibu (Kompas.com, 2012). Keluarga terdekat ibu merupakan aktor-aktor kunci yang memiliki peran paling penting dalam mendukung ibu untuk memberikan ASI pada bayi secara eksklusif.

Proses transfer pengetahuan mengenai ASI biasanya terjadi dari ibu yang sebelumnya telah memiliki pengalaman di bidang ini. Seorang ibu yang telah menjadi nenek, sewajarnya akan memberikan pengetahuan atau informasi mengenai merawat bayi, termasuk tentang menyusui pada anaknya yang menjadi ibu baru. Pengalaman dari nenek dapat menjadi rujukan ibu untuk mendapat informasi mengenai menyusui. Keluarga menjadi sumber informasi pertama dan utama bagi seseorang dalam lingkup masyarakat. Namun, di era modern seperti saat ini hubungan antar manusia semakin renggang. Salah satu ciri masyarakat modern menurut Talcott Parson adalah *self orientation* atau berorientasi pada diri sendiri dan sering disebut dengan *selfish* atau mementingkan diri sendiri. Hal ini juga terjadi pada hubungan antara orang tua dan anak. Meski kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi seharusnya mampu mempermudah konektivitas antara orang tua dengan anak, namun kenyataannya tidak demikian. Anak menjadi semakin “jauh” dari orang tua dalam hal hubungan komunikasi dan ini juga berdampak pada *transfer knowledge* dari orang tua pada anak, termasuk mengenai ASI dan menyusui. Terlebih lagi apabila sebuah keluarga tinggal di kota besar yang termasuk dalam kota metropolitan. Kota metropolitan memiliki ciri masyarakat modern yang sangat kental dan semakin individualis. Hal ini semakin mendukung buruknya komunikasi antara orang tua dan anak dikarenakan kesibukan bekerja dan tidak adanya waktu bersama keluarga atau bahkan meningkatkan keindividualisan masing-masing personal.

Modernitas juga menawarkan kepraktisan dan kemudahan bagi generasi modern dalam berbagai aspek kehidupan. Termasuk dalam hal pemenuhan pangan dan gizi bagi bayi yang baru lahir. Terdapat *mindset* pada wanita, terutama pada

kelas menengah ke atas untuk malas, takut dan tidak mau menyusui atau memberi ASI karena berbagai alasan. Seringkali karena bekerja, tidak punya waktu, takut payudara turun, payudara sakit dan alasan kepraktisan. Terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kemauan ibu untuk menyusui (Sugiarti, 2013). Faktor internal adalah pendidikan, pengetahuan, sikap/perilaku, psikologis, fisik dan emosional ibu. Faktor eksternal yang mempengaruhi adalah peranan ayah, perubahan sosial budaya, persuasi petugas kesehatan, meningkatnya promosi susu formula sebagai pengganti ASI dan pemberian informasi yang kurang tepat. Hal ini yang mendukung ibu untuk tidak menyusui dan memberikan ASI untuk bayinya.

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang berkembang pesat dalam sektor usaha bisnis dan industri. Surabaya sebagai ibukota merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang termasuk dalam kota metropolitan. Warga Surabaya, termasuk wanita, menjadi pekerja kantor, pengusaha, hingga buruh di pabrik. Aktifitas ini seringkali menjadi penghambat dan menjadi alasan ibu untuk tidak menyusui bayinya, hingga menyerah pada susu formula. Kurangnya informasi mengenai manajemen penyimpanan ASI dan cara-cara mensiasati pemberian ASI bagi ibu bekerja juga menjadi penyebab turunnya angka pemberian ASI.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terus mengalami kemajuan. Kehadiran internet di era 1990-an menjadi faktor pendukung perkembangan era teknologi informasi dan komunikasi hingga tahun 2014 ini. Cara manusia saling berkomunikasi juga terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Teknologi komunikasi berkembang dengan cepat, hingga mampu menghadirkan bergaram aplikasi pesan instan (*instant*

*messaging*) dan beragam model Web 2.0 sebagai sarana komunikasi antar pengguna internet. Era ini disebut dengan era media baru (*new media*). Pada era inilah manusia memiliki cara yang mudah dalam mencari dan memperoleh berbagai informasi.

Kemudahan ini kemudian membuka peluang bagi siapa saja untuk memiliki akses terhadap pengetahuan dan informasi. Pengetahuan dan informasi mengenai kesehatan juga dengan mudah dapat dicari dan didapatkan melalui internet dan segala perangkat penunjangnya. Termasuk informasi mengenai ASI dan menyusui. Keterbatasan waktu dan tuntutan untuk bergerak cepat menjadikan internet sebagai “buku panduan” yang praktis bagi masyarakat dalam mendapat informasi dengan cepat mengenai kesehatan, termasuk di bidang kesehatan ibu dan anak serta menyusui.

Perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi ini berdampak pada generasi yang hidup pada masa tersebut. Hal ini melahirkan generasi yang disebut dengan *net generation*. *Net generation* adalah sebutan untuk generasi yang sedari kecil tumbuh dan hidup di lingkungan yang sangat familiar dengan teknologi. *Net generation* mampu secara intuitif menggunakan berbagai macam alat TI dan menggunakan internet (Oblinger & Oblinger, 2005: 2.5). Cara belajar generasi ini berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Cara dan kemampuan mereka mencari informasi tidak sama dengan para pendahulunya. Kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi memberikan berbagai kemudahan dan cara-cara baru bagi *net generation* untuk mendapatkan informasi dan berkomunikasi dengan sesamanya.



Di satu sisi, ASI merupakan merupakan makanan terbaik yang seharusnya diberikan pada bayi. Namun, di sisi lain, modernitas membawa kaum ibu pada era dimana menawarkan segala kemudahan. Tetapi, dibalik segala kemudahan, masih banyak ibu yang tetap memperjuangkan pemberian ASI bagi bayi, hingga berjuang mencari informasi sebanyak-banyaknya secara mandiri. Penelitian ini secara garis besar fokus ingin mengetahui bagaimana ibu *net generation* dalam mencari informasi mengenai *breastfeeding* melalui *new media* di era saat ini untuk berjuang memberikan ASI pada bayinya.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Dengan latar belakang masalah yang telah disampaikan di atas, maka muncul rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perilaku pencarian informasi ibu *net generation* dalam mencari informasi mengenai *breastfeeding* di era *new media* saat ini?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk berupaya membangun pemahaman kritis mengenai perilaku pencarian informasi ibu *net generation* dalam mencari informasi mengenai *breastfeeding*, mengingat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta *new media* yang terus bertumbuh tanpa henti.



## **I.4 Manfaat Penelitian**

### **I.4.1. Manfaat Akademis**

Melalui penelitian ini, secara teoritis penulis berharap dapat mengidentifikasi perilaku pencarian informasi mengenai *breastfeeding* yang dilakukan oleh ibu *net generation* pada masa perkembangan *new media* saat ini.

### **I.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan kajian dan informasi bagi para praktisi kampanye sosial di bidang ASI, baik dari pemerintah maupun sektor swasta. Serta sebagai media informasi, evaluasi dan rujukan bagi pemerintah dan sektor swasta lainnya mengenai perkembangan perilaku pencarian informasi mengenai ASI dan menyusui di era berkembangnya *new media*. Diharapkan hasil penelitian ini mampu membangun kerangka berpikir tentang bagaimana cara yang tepat dalam menghadapi ibu *net generation* dalam rangka *transfer knowledge* mengenai ASI dan menyusui pada masa sekarang dan mendatang agar pemberian ASI secara eksklusif dan berkelanjutan dapat terwujud di Indonesia.