

**PENGARUH AKSES INFORMASI TENTANG ASI EKSKLUSIF (ASIX)
MELALUI TWITTER TERHADAP PENINGKATAN
PENGETAHUAN IBU MENYUSUI**

Rizanna Rosemary
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Syiah Kuala
Jl. Tgk Tanoh Abee, Kompleks Darussalam Banda Aceh, Indonesia, 23111

Risana Rachmatan
Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran
Universitas Syiah Kuala.
Jl. Tgk Tanoh Abee, Kompleks Darussalam Banda Aceh, Indonesia, 23111

Abstrak-Tingginya jumlah balita kurang gizi, dan angka kematian bayi (AKB) di Indonesia, termasuk di Aceh, salah satunya terkait dengan masih rendahnya pemberian ASI eksklusif (8.58%). Salah satu penyebab rendahnya pemberian ASI Eksklusif (ASIX) adalah karena minimnya informasi mengenai pentingnya ASI Eksklusif, khususnya melalui media *mainstream*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh akses informasi tentang ASIX melalui media sosial twitter terhadap peningkatan pengetahuan ibu menyusui akan ASIX. Responden penelitian adalah 80 ibu yang sedang maupun tidak lagi dalam masa menyusui, dan pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner kepada 40 responden pengguna twitter dan 40 non pengguna twitter. Melalui *uji regresi sederhana*, diperoleh $R=0,361$, yang menunjukkan bahwa akses informasi melalui twitter memiliki pengaruh yang rendah terhadap peningkatan pengetahuan mengenai ASIX. Hasil *uji independent t-test* menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan peningkatan pengetahuan signifikan mengenai ASIX antara kedua kelompok responden. Sedangkan $R^2=0,130$, sehingga dapat disimpulkan bahwa akses informasi melalui Twitter hanya memberikan pengaruh terhadap peningkatan pengetahuan ibu menyusui sebesar 13%, dan sisanya 87% pengetahuan ibu menyusui dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar akses melalui Twitter, yaitu (a) *faktor struktural* (termasuk masih kurang atau belum seimbangnnya informasi tentang ASIX dibandingkan dengan iklan/promosi susu formula, serta rendahnya peran dan dukungan tenaga kesehatan dan keluarga, dan minimnya fasilitas pendukung pemberian ASI). (b) *faktor kultural* (seperti budaya pemberian makanan pendamping ASI/MPASI pada bayi sebelumberusia 6 bulan).

Kata Kunci: *ibu menyusui; Twitter; Ppengetahuan; ASI Eksklusif (ASIX)*

PENDAHULUAN

Pemberian ASI Eksklusif (ASIX) adalah pemberian ASI tanpa ada bantuan cairan ataupun makanan pendamping lainnya, kecuali vitamin, mineral ataupun obat dalam bentuk tetes ataupun sirup (dalam Fikawati dan Syafiq, 2003). Pemberian ASIX dilakukan selama 6 bulan, atau dengan kata lain diberikan sejak bayi lahir hingga bayi berusia 6 bulan. Pemberian ASIX benar-benar tidak memperkenankan pemberian cairan ataupun makanan pendamping, termasuk didalamnya air putih.

Lebih lanjutnya Fikawati dan Syafiq (2003) menjelaskan manfaat dari pemberian ASIX yaitu antara lain menurunkan angka kematian bayi, mengoptimalkan pertumbuhan bayi, membantu peningkatan kecerdasan anak dan membantu memperpanjang jarak kehamilan bagi sang ibu. Sehingga secara tidak langsung diketahui bahwa pemberian ASIX dapat membantu meningkatkan kesehatan bayi dan ibu. Sehubungan dengan manfaat besar tersebut UNICEF dan World Health Assembly menetapkan pemberian ASIX selama 6 bulan demi meraih keuntungan secara optimal bagi ibu dan sang anak.

Menyusui sejak dini melalui pemberian Air Susu Ibu (ASI) secara eksklusif memiliki dampak yang positif baik bagi ibu, dan khususnya bagi sang bayi. Menyusui sejak dini dan pemberian ASIX dapat merangsang kontraksi uterus ibu yang dapat mengurangi pendarahan pasca melahirkan (*postpartum*). Kondisi ini dapat mengurangi morbiditas dan mortalitas pada bayi dan balita, selain memperpanjang jarak kelahiran, dan pemulihan gizi yang lebih baik sebelum kehamilan berikutnya.

Data menunjukkan bahwa saat ini Angka Kematian Bayi (AKB) di Indonesia sangat tinggi, yakni 157.000 bayi dan 200.000 anak balita meninggal setiap tahun (Kompas.com, 2012). Walau provinsi Aceh tidak menduduki peringkat pertama, namun AKB di Aceh pada tahun 2008 adalah sebesar 37/1.000 Lahir Hidup (LH) mendekati AKB tingkat nasional 35/1.000 LH (Profil Kesehatan Aceh, 2010). Sedangkan prevalensi gangguan gizi anak bawah lima tahun berdasarkan berat badan dan umur (BB/U) juga cukup tinggi, yakni 53.3% (gizi buruk 10.7%, gizi kurang 15.8%, dan gizi buruk/kurang, 26.5%) (Risikesdas, 2007).

UNICEF (dalam Aprilia, 2009) menyatakan bahwa AKB yang tinggi di Indonesia maupun kematian jutaan anak berumur dibawah lima tahun di seluruh dunia sebenarnya dapat dicegah hanya dengan melakukan pemberian ASI secara eksklusif tanpa tambahan lainnya dalam jangka waktu 6 bulan sejak hari pertama kelahirannya. Aprilia (2009) selanjutnya menerangkan bahwa menurut Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) 2002-2003 menyebutkan praktek pemberian ASIX sampai 6 bulan hanya sebesar 39,5%. Diketahui kemudian bahwa angka tersebut masih jauh dibawah target yang diajukan oleh Indonesia Sehat 2010, yaitu sebesar 80%. Di provinsi Aceh, terdapat 60.4% bayi baru lahir yang diberikan selain ASIX, seperti susu formula atau cairan lain, dan hanya 8.58% bayi yang diberikan ASIX (Profil Kesehatan Aceh, 2010).

Tahun 2012 terjadi peningkatan dalam pemberian ASIX selama 6 bulan yaitu menjadi sebesar 42%, seperti yang diungkapkan oleh Utami Rusli dalam Dimiyati (2013). Lebih lanjutnya Utami Rusli menyatakan bahwa peningkatan ini semata-mata bukan kerja keras tenaga kesehatan saja, tapi merupakan hasil dari integrasi berbagai pihak antara lain dukungan pemerintah, para pegiat laktasi, hingga meningkatnya kesadaran para ibu. Dukungan pemerintah dapat dilihat dari diterbitkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 33 Tahun 2012 mengenai Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif. Dalam peraturan ini terangkum bahwasanya pemberian ASI harus dilakukan selama 6 bulan pertama masa kehidupan seorang anak. Pemberian ASIX seyogianya juga didukung tidak hanya oleh keluarga terdekat tapi juga oleh pemberi atau pelaksana tenaga kesehatan, tempat kerja hingga masyarakat luas.

Diketahui kemudian terdapat beberapa faktor penghambat peningkatan pemberian ASIX di masyarakat, faktor tersebut antara lain adalah dukungan keluarga, pengetahuan yang minim mengenai tehnik menyusui hingga manajemen laktasi, bahkan norma dan budaya di tengah-tengah masyarakat yang beranggapan bahwa seyogianya bayi berusia 4 bulan harus menerima asupan tambahan (Aprilia, 2009).

Pengetahuan minim terkait ASIX juga dipengaruhi oleh masih rendahnya sosialisasi dan promosi kesehatan ASIX kepada masyarakat melalui berbagai media. Promosi kesehatan ASIX masih memanfaatkan media cetak tradisional (brosur), media luar ruang

(baliho), dan media elektroni (televisi dan radio) yang masih-masing memiliki kelebihan dan kekurangan, terutama masih terbatas dalam hal kecepatan menyediakan informasi yang banyak dan terkini. Mobilitas masyarakat modern yang semakin tinggi telah menciptakan tantangan akan kebutuhan informasi yang relatif cepat dan terkini (*up to date*). Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, salah satunya dengan kehadiran internet, telah memberikan kesempatan dan kemudahan akses bagi penggunanya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara cepat dan terkini. Menurut Laquey dalam Ardianto, internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif (2004:141). Dengan internet komunikasi, dapat diakses informasi untuk kehidupan pribadi, meliputi: kesehatan, rekreasi, hobi, pengembangan pribadi, rohani, dan sosial, dan informasi untuk kehidupan professional/pekerja, meliputi: sains, teknologi, perdagangan, saham, komoditas, berita bisnis, asosiasi profesi, asosiasi bisnis, dan berbagai forum komunikasi.

Setelah fenomena 'demam facebook', kini masyarakat dunia kembali digoncang dengan inovasi terbaru yang disebut twitter. Walau twitter belum mampu untuk mengalahkan facebook, namun dengan tampilan yang menarik dan sederhana serta arus informasi yang cepat, twitter lebih unggul dibandingkan dengan sosial media lainnya. Terlebih lagi dengan adanya aplikasi yang dirancang khusus untuk mengakses twitter (tweetdeck, ubersosial, writelonger, make a tweet, dll) yang semakin memudahkan pengguna untuk mengakses twitter dan melakukan perukaran informasi. Sedangkan facebook dan sosial media lain tidak terlalu fokus pada informasi, namun juga pada layanan *chatting*, *videocall*, *game*, dan sebagainya.

Twitter sebagai satu dari sekian banyak situs yang ada di internet (*microblogging*) dapat menjawab tantangan sebuah sosial media untuk saling berkomunikasi dan bertukar informasi antar penggunanya. Twitter memberikan kemudahan dalam hal berbagi informasi melalui sebuah pesan yang biasa disebut dengan tweet. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Alexa trafik web analisis (www.alexacom), saat ini, twitter merupakan salah satu dari 10 situs web yang paling sering dikunjungi di seluruh dunia. Di Indonesia, twitter sangat populer. Terlebih lagi, kemudahan yang disediakan oleh telepon seluler yang ada serta aplikasi yang mendukung. hal ini membuat Indonesia menduduki peringkat kelima sebagai negara dengan pengguna twitter terbanyak (Internet World Stat, 2011).

Twitter juga padat akan informasi mengenai berbagai hal. Bahkan konektivitas dari jejaring sosial ini telah melampau jauh hingga ke penciptaan berbagai komunitas. Twitter saat ini semakin populer karena dimanfaatkan sebagai media berbagi informasi antara penggunanya, terutama mereka yang memiliki kesamaan hobi, kesukaan, selera, dan sebagainya. Kelompok pengguna twitter ini kemudian membuat komunitas khusus untuk mengakomodir persamaan yang dimiliki. Salah satu contoh komunitas yang khususnya memiliki perhatian dan ketertarikan akan isu-isu terkait pemberian ASIX, seperti Aceh Peduli Asi (@AcehPeduli_ASI) atau APA. Komunitas ini terdiri dari individu-individu dari berbagai latarbelakang berbeda yang memiliki perhatian lebih terhadap minimnya pengetahuan dari pemberian ASI terutama ASIX di lingkungan masyarakat, khususnya di Aceh. Anggota komunitas ini terdiri dari sepuluh orang dari berbagai latar belakang profesi seperti dosen, dokter, bidan, hingga ibu rumah tangga. Komunitas yang masih relatif baru ini cukup eksis dengan 400 *followers*, dimana setiap harinya setiap anggota memberikan informasi ataupun menjawab pertanyaan secara bergantian, pertanyaan yang diajukan nantinya akan dijawab via twitter maupun email jika dibutuhkan penjelasan secara mendetail. Berdasarkan latar belakang diatas, timbul ketertarikan peneliti untuk mengetahui lebih lanjut mengenai apakah media Twitter memberkan pengaruh dalam peningkatan pengetahuan mengenai ASI Eksklusif kepada Ibu menyusui.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode korelasi dan komparasi. Metode korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan akses informasi twitter terhadap peningkatan pengetahuan ASI, sedangkan metode komparasi digunakan untuk mengetahui perbedaan pengetahuan ASI pada sampel yang mempunyai akun twitter dan pada sampel yang tidak mempunyai akun twitter.

Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel yang pada penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (X) : Akses Informasi Melalui Twitter
2. Variabel Tergantung (Y) : Pengetahuan Ibu Menyusui

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dari variabel variabel penelitian ini adalah:

1. Twitter
Twitter adalah salah satu situs yang ada di internet yang dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja serta mempunyai kegunaan sebagai media informasi ASI bagi masyarakat di Indonesia.
2. Pengetahuan Ibu Menyusui
Pengetahuan ibu menyusui adalah informasi yang diperoleh seroang ibu mengenai pemberian Air Susu Ibu kepada bayinya sejak hari pertama kelahiran hingga berusia 6 bulan.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok objek yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai dan peristiwa yang menjadi sasaran penelitian dan sumber data penelitian (Bungin, 2004). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah ibu yang sedang atau pernah menyusui. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ibu menyusui yang sedang atau pernah menyusui dan memiliki akun twitter. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dimana peneliti memilih sampel berdasarkan karakteristik anggota sampel yang dengannya diperoleh data yang sesuai dengan maksud penelitian. Kriteria sampel yang akan dipilih yaitu:

- a. Ibu yang sedang atau pernah menyusui
- b. Memiliki akun twitter

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kuesioner, yaitu daftar pertanyaan dengan alternatif (option) jawaban yang telah tersedia sehingga responden tinggal memilih jawaban sesuai dengan asprasi, persepsi, sikap, keadaan dan pendapat pribadinya. Dalam hal ini, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada ibu menyusui yang telah terpilih sebagai sampel. Kuesioner dirancang dengan pertanyaan yang bersifat tertutup dan disusun secara sistematis. Namun kuesioner yang akan disebarakan tidak hanya dalam bentuk *hardcopy (offline) saja*, tapi juga dalam bentuk *online* yang didistribusikan melalui internet.

Selain itu penelitian ini akan banyak merujuk pada data-data dari literatur dan penelitian terdahulu (sebelumnya) yang relevan dan mendukung penelitian ini.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert yang telah dimodifikasi yang menggunakan empat alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Nilai dari jawaban yang dipilih bergerak dari nilai 4 sampai nilai 1. Bobot penilaian untuk pernyataan *favourable* yaitu 4 untuk jawaban SS, 3 untuk jawaban S, 2 untuk jawaban TS dan 1 untuk jawaban STS, sedangkan bobot penilaian untuk pernyataan *unfavourable* yaitu 1 untuk jawaban SS, 2 untuk jawaban S, 3 untuk jawaban TS dan 4 untuk jawaban STS.

Pelaksanaan Penelitian:

Tahap persiapan dalam penelitian ini dimulai dengan merancang kuesioner yang akan didistribusikan pada setiap sampel. Namun kuesioner yang dirancang tidak hanya berbentuk *hardcopy (offline)*, tapi juga dalam bentuk *online* yang nantinya akan didistribusikan melalui *social media* yang ada di internet seperti *twitter, facebook* dan *email*. Hal tersebut dilakukan mengingat penelitian ini adalah penelitian yang juga melibatkan salah satu media sosial twitter.

Beberapa sampel penelitian akan didata melalui twitter, dengan cara membuka akun-akun twitter yang menginformasikan informasi mengenai ASIX. *Followers* dari akun tersebut tentunya adalah orang-orang yang membutuhkan informasi mengenai ASIX, kemudian dari akun tersebutlah peneliti menyebarkan kuesioner online yang telah dirancang sebelumnya.

Jumlah subjek yang mengikut penelitian adalah 80 orang yang kemudian dibagi menjadi 2 kelompok yaitu kelompok ibu menyusui yang memiliki akun twitter (pengguna twitter) dan kelompok ibu menyusui yang tidak memiliki akun twitter (non-pengguna twitter), masing-masing kelompok terdiri dari 40 responden dari berbagai kalangan.

Setelah tahap persiapan, maka tahap selanjutnya adalah pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan, awalnya peneliti membangun raport (perkenalan tujuan) pada kedua kelompok, kemudian kedua kelompok diberikan kuesioner untuk diisi. Untuk kelompok pengguna twitter, kebanyakan kuesioner didistribusikan dengan sistem online dan dikembalikan juga secara online, sedangkan bagi kelompok non-pengguna twitter, kuesioner didistribusikan secara langsung atau tatap muka.

Pengisian skala dilakukan bertepatan dengan peringatan pekan ASI sedunia yaitu pada tanggal 1-7 Agustus 2013.

Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipresentasikan. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis dalam beberapa tahap analisis, yaitu:

Uji *t-test Independent Samples*

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan berdasarkan rancangan eksperimen yang telah ditetapkan maka teknik yang digunakan adalah uji *t-test independent samples*.

T-test independent samples adalah jenis uji statistika yang bertujuan untuk membandingkan rata-rata dua grup yang tidak saling berpasangan atau tidak saling berkaitan. Tidak saling berpasangan dapat diartikan bahwa penelitian dilakukan untuk dua subjek sampel yang berbeda. Prinsip pengujian uji ini adalah melihat perbedaan variasi

kedua kelompok data, sehingga sebelum dilakukan pengujian, terlebih dahulu harus diketahui apakah variannya sama (*equal variance*) atau variannya berbeda (*unequal variance*). Homogenitas varian diuji berdasarkan rumus:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Uji Regresi linier

Selain itu, peneliti juga menggunakan uji *regresi sederhana* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh informasi twitter terhadap peningkatan pengetahuan ASI. Uji regresi merupakan suatu alat ukur yang juga dapat digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antarvariabel. Analisis regresi mempelajari hubungan yang diperoleh dinyatakan dalam persamaan matematika yang menyatakan hubungan fungsional antara variabel-variabel. Hubungan fungsional antara satu variabel prediktor dengan satu variabel kriterium disebut analisis regresi sederhana (tunggal). Berikut ini persamaan Regresi Linier dari Y terhadap X dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a = constanta

b = koefisien regresi/slop

Uji Korelasi

Selanjutnya untuk melihat ada tidaknya hubungan antara data responden dengan pengetahuan mengenai ASI, peneliti menggunakan Uji Korelasi Spearman. Variabel yang akan di uji adalah variabel terikat dengan data diri responden.

Rumus yang digunakan adalah:

Selanjutnya, untuk melihat tinggi rendahnya korelasi digunakan rumus skala Guilford (Kriyantono, 2007) dengan ketentuan sebagai berikut:

- < 0,20 : Hubungan rendah sekali, lemah sekali
- 0,20 – 0,39 : Hubungan rendah tapi pasti
- 0,40 – 0,70 : Hubungan yang cukup berarti
- 0,71 – 0,90 : Hubungan yang tinggi; kuat
- > 0,90 : Hubungan yang sangat tinggi; kuat sekali; dapat diandalkan

HASIL DAN ANALISIS

Diantara sekian banyak media yang ada, twitter adalah salah satu media sosial yang sudah banyak digunakan untuk berbagi informasi. Adanya akun-akun twitter yang menyebarkan informasi-informasi menarik membuat twitter semakin populer di kalangan tertentu. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Guosong shao (2009, 7-12), *Uses and Gratification Theory* dapat digunakan untuk menjelaskan motivasi penggunaan media, dalam hal ini twitter misalnya. Adapun motivasi yang dimaksud yaitu; a) konsumsi informasi dan hiburan, b) berpartisipasi dalam interaksi sosial dan pengembangan masyarakat, c) menciptakan ekspresi diri dan aktualisasi diri.

Berdasarkan hasil pengolahan data, Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas yaitu akses informasi tentang ASIX melalui twitter (X) terhadap peningkatan pengetahuan ibu menyusui mengenai ASIX (Y) sebagai variable terikat. Angka R sebesar 0,361 menunjukkan bahwa pengaruh antara akses informasi melalui twitter terhadap peningkatan pengetahuan mengenai ASIX memiliki hubungan yang rendah. Hal ini didasarkan pada skala Guilford dengan hasil berkisar 0,20 – 0,39 menandakan pengaruh yang rendah. Diketahui kemudian angka R Square atau Koefisien Determinasi adalah 0,130. Ini artinya bahwa akses informasi melalui twitter memiliki pengaruh terhadap peningkatan pengetahuan ibu menyusui sebesar 13%. Sedangkan sisanya 87% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar akses melalui twitter.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa twitter bukanlah faktor utama yang memengaruhi peningkatan pengetahuan ibu menyusui akan ASIX. Twitter sebagai sebuah media baru masih belum cukup dipercaya dalam hal hal-hal yang menyangkut informasi kesehatan. Rendahnya pengaruh akses informasi tentang ASIX melalui twitter terhadap peningkatan pengetahuan ibu menyusui ini sejalan dengan yang tersebut dalam *Uses and Gratification Theory*. *U&G Theory* atau teori penggunaan dan gratifikasi menyebutkan bahwa terdapat kecenderungan bahwa individu memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pemilihan media tersebut didasari atas motivasi untuk melakukan fungsi mengawasi, sosialisasi, dan diversifikasi. Pemanfaatan media twitter adalah termasuk untuk mendapatkan informasi berkenaan dengan ASI Eksklusif (ASIX), didasarkan atas tiga motivasi: (a) individu menggunakan twitter untuk mendapatkan informasi dan hiburan, (b) individu juga memanfaatkan twitter sebagai media interaksi sosial dan pengembangan masyarakat baik interaksi pengguna dengan pengguna, maupun pengguna dengan isi video (*user-to-user interaction* dan *user-to-content interaction*), dan c) individu memanfaatkan twitter untuk ekspresi diri dan aktualisasi diri, yakni dengan cara memproduksi berbagai pesan kreatif baik text, gambar, audio, dan video dengan tujuan sebagai informasi, hiburan maupun menggerakkan respon pengguna lainnya atas pesan atau video yang didesiminasikan.

Twitter juga digunakan bukan hanya untuk mencari dan berbagi informasi, tapi juga umumnya mereka saling mencari dan berbagi kepada individu-individu lainnya yang memiliki perhatian dan ketertarikan bersama, misalnya dalam isu/masalah pemberian ASI dan berusaha mensosialisasikannya kepada khalayak yang lebih luas. Selain itu, walau twitter memiliki kelebihan dari aspek ekonomis, jangkauan luas, dan akses yang cepat, tapi tidak semua orang paham dan mengerti cara menggunakan atau memanfaatkan twitter untuk kebutuhan mendapatkan informasi.

Selain kenyataan bahwa hampir semua media seperti smartphone, menyediakan semua aplikasi online seperti twitter, namun tidak semua orang (ibu menyusui) memiliki kemampuan untuk menggunakan atau memanfaatkan media tersebut untuk mendapatkan atau mengakses informasi, seperti halnya informasi ASIX. Hal ini diperkuat dari uji korelasi karakteristik responden dengan variable peningkatan pengetahuan ibu menyusui. Diantara karakteristik responden, usia, pendidikan, status menyusui, dan jumlah anak yang pernah diberikan ASI, hanya faktor pekerjaan saja yang memiliki korelasi dengan peningkatan pengetahuan ibu menyusui pengguna twitter akan ASI Eksklusif. Hal ini disebabkan karena ibu-ibu muda yang bekerja dan memiliki mobilitas tinggi sangat tergantung pada media yang juga dapat menyediakan informasi secara cepat dan terkini. Sedangkan pengguna twitter yang tidak bekerja atau berstatus sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) cenderung saling mempertukarkan informasi terkait ASIX melalui komunikasi langsung secara interpersonal atau kelompok dalam komunitas atau kegiatan arisan misalnya, walaupun mereka juga aktif menggunakan twitter.

DISKUSI

Penjelasan terkait rendahnya pengaruh akses informasi mengenai ASIX melalui twitter terhadap peningkatan pengetahuan ibu menyusui akan ASIX juga mengindikasikan bahwa informasi tanpa bermedia, seperti melalui komunikasi interpersonal atau diskusi kelompok juga berkontribusi dalam memberikan informasi dan mempengaruhi orang untuk menerima informasi tersebut. Twitter bukanlah sumber rujukan utama khususnya untuk mencari informasi akan isu-isu kesehatan seperti yang berkaitan dengan ASIX. Salah satu faktor penyebabnya adalah bahwa sebagian besar akun twitter yang menyediakan informasi dan edukasi mengenai ASIX justru tidak dikelola oleh tenaga kesehatan (dokter, perawat ataupun bidan), walaupun ada, sebagian besar pengelola tetap tidak berlatarbelakang pendidikan medikal atau tamatan kedokteran. Sebagai contoh adalah akun @AcehPeduli_ASI, akun tersebut hanya beranggotakan 2 dokter dan 2 perawat, sisanya adalah mereka yang memang memiliki kepedulian dan pengetahuan khusus mengenai ASI. Hal ini tentunya memberikan pengaruh bagi tingkat kepercayaan publik terhadap informasi yang dipertukarkan melalui akun tersebut.

Selain itu diketahui juga berdasarkan pengolahan data, bahwa tidak terdapat perbedaan pengetahuan antara pengguna twitter dan non twitter. Hasil pengolahan data ini dapat dikatakan semakin menguatkan fakta di lapangan yang terjadi dewasa ini, yaitu minimnya edukasi dan promosi mengenai ASIX terhadap masyarakat. Hal ini sesuai dengan kekhawatiran yang diungkapkan oleh AIMI (KaroKaro, 2013), yaitu mengenai masih rendahnya angka Ibu Menyusui dalam 5 tahun terakhir. Menurut AIMI hal ini dikarenakan minimnya informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai ASIX, walaupun sebenarnya penyebaran informasi dan edukasi ini sudah diatur dalam perundang-undangan Negara.

Berbicara mengenai perundang-undangan Negara, tak sedikit Undang-Undang yang berbicara mengenai pemberian ASI dan hak bagi para Ibu Menyusui, termasuk didalamnya hak untuk mendapatkan informasi dan edukasi dari tenaga kesehatan. Akan tetapi fakta di lapangan menunjukkan bukan merupakan rahasia lagi, jika para tenaga kesehatan juga memiliki kontribusi akan minimnya angka pemberian ASIX di Indonesia. Hal ini dikarenakan sebagian tenaga kesehatan menjalin kerjasama dengan para produsen susu formula. Sesuai dengan pemberitaan di harian Kompas (2013), bahwa kampanye ASIX di sebagian wilayah justru ditentang oleh sebagian tenaga kesehatan (bidan). Tidak hanya tenaga kesehatan (perorangan), kerjasama antara produsen susu formula dengan Rumah Sakit (institusi) juga sudah lama terjalin. Fakta ini jelas-jelas bertentangan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 2012 tentang Pemberian ASI Eksklusif mewajibkan tenaga kesehatan dan pengelola fasilitas kesehatan mempromosikan pemberian ASI eksklusif bagi bayi berusia di bawah enam bulan.

Hal lain yang dapat menguatkan mengapa tidak terdapat perbedaan pengetahuan antara pengguna twitter dengan non twitter terkait dengan masalah budaya. Pengetahuan mengenai ASI biasanya diberikan secara turtun termurun, dan biasanya merupakan masalah yang tidak perlu lagi diperdebatkan. Salah satu contohnya adalah pemberian makanan pendamping ASI (MP-ASI) dini, yang dimulai sejak umur 4 bulan. Sudah menjadi kebiasaan bagi masyarakat Indonesia untuk memberikan pisang atau bubur beras sejak bayi berusia 4 bulan, padahal seharusnya pemberian pisang ataupun bubur beras sebagai MPASI diberikan pada saat bayi tepat berusia 6 bulan ke atas.

SIMPULAN & SARAN

Berdasarkan hasil penelitian untuk mengidentifikasi pengaruh akses informasi mengenai ASI Eksklusif (ASIX) dengan peningkatan pengetahuan ibu menyusui akan ASIX, hasil uji regresi sederhana menghasilkan angka R sebesar 0,361 menunjukkan bahwa pengaruh antara akses informasi melalui twitter terhadap peningkatan pengetahuan mengenai ASIX memiliki hubungan yang rendah (skala Guilford= 0,20 – 0,39) menandakan pengaruh yang rendah). Akses informasi melalui twitter memiliki hanya sebesar 13% pengaruh terhadap peningkatan pengetahuan ibu menyusui. Sedangkan sisanya 87% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar pemanfaatan twitter untuk mendapatkan informasi mengenai ASIX. Pengaruh akses informasi tentang ASIX yang rendah ini juga didukung oleh kenyataan di lapangan bahwa masih terdapatnya hambatan struktural termasuk rendahnya promosi/kampanye ASIX dibandingkan promosi/iklan susu formula, kurangnya peranan petugas kesehatan dan dukungan keluarga, dan minimnya sarana/fasilitas pendukung untuk pemberian ASIX; dan hambatan kultural berupa minimnya pengetahuan tentang ASIX, dan budaya pemberian makanan pendamping ASI (MPASI) untuk bayi dibawah 6 bulan.

Selanjutnya hasil uji *independent t-test* menunjukkan nilai signifikan untuk kedua kelompok responden (pengguna twitter dan non-pengguna twitter) terhadap peningkatan pengetahuan adalah 0,292 atau nilai probabilitas di atas 0,05 ($0,292 > 0,05$). Hasil ini menggambarkan bahwa tidak ada perbedaan pengetahuan akan ASIX antara ibu menyusui pengguna twitter dengan non pengguna. Faktor budaya berupa informasi yang bersifat turun-menurun yang disampaikan melalui komunikasi langsung (nonmedia) memiliki kontribusi terhadap pengetahuan ibu menyusui yang relatif sama baik antara yang menggunakan dan yang tidak menggunakan twitter.

Walaupun tidak terdapat perbedaan pengetahuan akan ASIX yang signifikan antara ibu menyusui pengguna twitter maupun non pengguna, namun media baru, seperti halnya twitter dapat dimanfaatkan sebagai media alternatif dalam mensosialisasikan dan mempromosikan pentingnya pemberian ASIX kepada masyarakat, khususnya kepada para perempuan baik yang sudah menjadi ibu, maupun yang belum atau baru berencana menjadi seorang ibu. Hal ini mengingat media konvensional (*mainstream media*) seperti TV, radio, baliho, poster, dan media lainnya yang selama ini masih digunakan untuk memberikan informasi terkait ASIX masih sangat kurang, baik dari segi kreativitas konten dan desain (*layout*). Kondisi ini menjadikan informasi ASIX tersebut menjadi tidak menarik. Belum lagi terkait informasi yang disampaikan terkadang sudah kadaluarsa atau tidak *update* (terkini), mengingat biaya produksi iklan/promosi ASIX pada jenis media konvensional tersebut cenderung relatif mahal. Walau keterbatasan twitter berkenaan dengan akses yang terbatas hanya pada mereka yang terkoneksi dengan internet, namun twitter memberikan kemudahan dari aspek jangkauan yang luas, cepat dan sifatnya relatif ekonomis.

Twitter dapat menjadi media yang efektif khususnya bagi ibu-ibu muda yang sedang menyusui maupun calon ibu muda, yang bekerja dan memiliki mobilitas tinggi. Kelompok ibu-ibu ini umumnya mendapatkan terpaan informasi ASIX yang terbatas melalui media umum karena kesibukannya. Melalui *smartphone* yang menyediakan berbagai aplikasi termasuk twitter, kelompok ibu-ibu ini akan memiliki kesempatan untuk mendapatkan cukup informasi tentang ASIX, bilamana informasi tentang pentingnya pemberian ASIX juga disosialisasikan secara luas melalui twitter.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexa- the web information company. (2013). *Top sites in indonesia*. Diakses pada 22 Januari 2013. <http://www.alexacom/topsites/countries/ID>
- Aprilia, Y. (2009). *Analisis sosialisasi program inisiasi menyusui dini dan asi eksklusif kepada bidan di kabupaten klaten*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ardianto, E., & Lukiati, KE. (2004). *Komunikasi massa suatu pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Arikunto, S. (2007). *Manajemen penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fikawati, S & Achmad, S. (2003). Hubungan antara menyusui segera dengan pemberian asi eksklusif sampai dengan empat bulan. *Jurnal Kedokteran Trisakti*. 22(2).
- Internet World Stats: Usage and Population Statistic—Indonesia. (2011). *Broadband and consumer e-commerce in indonesia*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2011. <http://www.internetworldstats.com/asia/id.htm>
- Kompas. (2012). *Serius. Kematian ibu dan anak di indonesia*. Diakses pada tanggal 3 Maret 2013. <http://nasional.kompas.com/read/2012/11/12/08473097/Serius..Kematian.Ibu.dan.Anak.di.Indonesia>
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nuruddin. (2007). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Peraturan Pemerintah. (2012). *Peraturan pemerintah republik indonesia mengenai no. 33 tahun 2012 mengenai pemberian air susu ibu eksklusif*.
- Profil Kesehatan Aceh.(2009).
- Riset Kesehatan Dasar. (2007). *Laporan provinsi nangroe aceh darussalam*. Departemen Kesehatan Republik Indonesia
- Riset Kesehatan Dasar. (2010). Departemen Kesehatan Republik Indonesia
- Sendjaja, SD. (1994). *Teori komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Singarimbun, M. (1996). *Metode penelitian survei*. LP3S, Jakarta.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kualitatif kualitatif, R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Widodo, Y. (2011). *Cakupan pemberian asi eksklusif: Akurasi dan interpretasi data survey dan laporan program gizi indonesia*. 34(2), hal 101-108.
- Yusup, PM. (2009). *Ilmu informasi, komunikasi dan kepustakaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- _____. 1995. *Pedoman praktis mencari informasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.