

## **Persepsi Ibu Tentang Susu Formula dan Model Pemberian Susu Formula Pada Anak Bawah Dua Tahun**

Muhammad Rusdi<sup>1</sup>, Ardesy Melizah Kurniati<sup>2</sup>, Ella Amalia<sup>3\*</sup>, Syarif Husin<sup>2</sup>, Fatmawati<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Profesi Dokter, Fakultas Kedokteran, Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia

<sup>2</sup>Bagian Gizi, Fakultas Kedokteran, Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia

<sup>3</sup>Bagian Mikrobiologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia

<sup>4</sup>Bagian Biokimia dan Kimia Medik, Fakultas Kedokteran, Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia

E-mail: ellaamalia@fk.unsri.ac.id

### **Abstrak**

Air susu ibu (ASI) direkomendasikan untuk terus diberikan bersama dengan makanan pendamping ASI hingga anak berusia dua tahun. Terdapat beberapa indikasi medis sehingga anak harus mendapatkan susu formula pada rentang usia tersebut. Namun, banyak ibu yang memberikan susu formula tanpa alasan indikasi medis. Belum diketahui apakah keputusan memberikan susu formula tersebut dipengaruhi persepsi ibu tentang susu formula. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi ibu tentang susu formula, model pemberian susu formula, dan hubungan antara kedua variabel tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian observational analitik dengan desain potong lintang, pada populasi ibu yang memiliki anak di rentang usia 6-24 bulan yang terdaftar di Puskesmas wilayah kerja Kecamatan Ilir Timur II Palembang. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode *consecutive sampling* hingga mencapai 96 responden. Ibu yang memberikan susu formula tanpa indikasi medis dan bersedia berpartisipasi selanjutnya diwawancarai. Sebanyak 70,8% responden memiliki persepsi negatif terhadap susu formula. Sebagian besar memberikan susu formula secara parsial (75%). Uji *Chi-Square* menunjukkan tidak adanya hubungan antara persepsi ibu tentang susu formula dan model pemberian susu formula ( $p>0,05$ ). Tidak terdapat hubungan antara persepsi ibu tentang susu formula dengan pemberian susu formula pada anak bawah dua tahun di Kecamatan Ilir Timur II Palembang.

**Kata kunci:** ASI, Persepsi ibu, Susu formula

### **Abstract**

***Mother's Perception About Formula Milk and Formula Feeding Model for Children Under Two Years.*** It is suggested that infants continue to get breast milk along with complementary foods until the age of two. There are various medical reasons why children of this age should get formula milk. However, many women give their infants formula without a medical reason. It is unknown whether the mother's opinion of formula milk influences the decision to administer it. This study aims to determine the mother's perception of formula milk, the formula feeding model, and their relationship. This study was a cross-sectional observational analysis of women with children aged 6 to 24 months who are registered at the Puskesmas working area in the Ilir Timur II District of Palembang. To obtain 96 respondents, the study sample was selected using the consecutive sampling method. Interviews were then conducted with mothers who gave formula milk without a medical indication and who were willing to participate. A negative perception of infant formula is held by 70.8 percent of those who participated in the survey. Most provided only partial formula milk (75%). The Chi-Square test revealed that there was no association between the mother's perception of formula milk and the model of formula feeding ( $p>0.05$ ). In the Ilir Timur II District of Palembang, there is no correlation between mothers' perceptions of formula milk and the formula feeding of children under the age of two.

**Keywords:** Breast Milk, Formula Milk, Mother's Perception

## 1. Pendahuluan

Air susu ibu adalah makanan terbaik, dengan nutrisi yang lengkap, dan merupakan satu-satunya makanan bagi bayi hingga usia 6 bulan. Selain sebagai sumber nutrisi, ASI juga mengandung anti-infeksi dan anti inflamasi.<sup>1</sup> Pemberian ASI direkomendasikan untuk diteruskan bersamaan dengan makanan pendamping ASI hingga anak berusia 2 tahun atau lebih.<sup>2</sup>

Risiko kegagalan dalam mempertahankan pemberian ASI diperbesar melalui pemberian susu formula. Maraknya iklan susu formula di memberikan pengaruh besar pada pilihan ibu, terutama bagi yang berpendidikan rendah.<sup>3</sup> Iklan di media menampilkan gambar anak-anak yang diilustrasikan aktif dan cerdas berperan dalam membangun persepsi ibu.<sup>4</sup>

Selain kurangnya pengetahuan, keputusan ibu memberikan susu formula juga dipengaruhi dukungan dan bantuan yang diharapkan bila muncul kesulitan dalam menyusui.<sup>5</sup> Ketidakcukupan ASI juga menjadi satu alasan ibu memutuskan untuk memberikan susu formula, bahkan sejak masih berada di rumah sakit setelah melahirkan.<sup>6</sup>

Pemberian susu formula seharusnya berdasarkan indikasi atas pertimbangan petugas kesehatan atau dokter. Namun, di Indonesia, susu formula dijual bebas dan mudah diakses oleh siapapun. Terdapat studi literatur yang menunjukkan bahwa ibu yang memutuskan untuk memberi susu formula cenderung berpatokan pada persepsi daripada informasi berbasis bukti.<sup>7</sup> Keputusan ini bahkan ada yang diambil sejak awal kehamilan.<sup>8</sup> Keputusan ini dapat dipengaruhi secara internal, yang dimulai melalui adanya persepsi, yaitu proses dimana individu menerima dan memberikan makna pada rangsangan atau

paparan.<sup>9</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dari ibu yang memberikan susu formula atas keinginannya sendiri, model pemberian susu formula kepada anaknya, sumber paparan terbanyak yang ibu dapatkan mengenai susu formula, persepsi ibu tentang susu formula, serta hubungan antara persepsi ibu tersebut dengan model pemberian susu formula terhadap anaknya.

## 2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik dengan desain potong lintang. Populasi penelitian adalah ibu-ibu yang terdaftar di Puskesmas Wilayah Kerja Kecamatan Ilir Timur II Palembang. Tempat penelitian adalah lima Puskesmas, yaitu Puskesmas 5 Ilir, 11 Ilir, Sabokingking, Boom Baru dan Kenten.

Sampel penelitian diambil melalui metode *consecutive sampling* hingga mencapai 96 orang. Ibu yang memiliki anak usia 6-24 bulan, memiliki riwayat pemberian susu formula, dan bersedia berpartisipasi dengan menandatangani lembar *informed consent* dapat berpartisipasi. Ibu yang memberikan susu formula berdasarkan rekomendasi khusus dari dokter terkait indikasi medis dieksklusi dari penelitian ini. Dilakukan identifikasi data karakteristik ibu meliputi usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pedapatan, paritas riwayat kehamilan terakhir, riwayat kelahiran terakhir, dan sumber informasi mengenai susu formula. Variabel bebas adalah persepsi ibu mengenai susu formula dan variabel terikat adalah model pemberian susu formula. Semua data diambil melalui wawancara dan kuesioner.

Persepsi susu formula dinilai menggunakan 11 butir pertanyaan yang dijawab dengan 'Setuju' atau 'Tidak setuju'. Pertanyaan meliputi "Apakah ibu

menganggap dibanding ASI, 1) pemberian susu formula lebih baik, 2) lebih bergizi, 3) lebih mencerdaskan, 4) lebih menyehatkan, 5) lebih membuat anak aktif dan lincah, 6) menyebabkan obesitas, 7) berisiko menyebabkan gangguan pencernaan, 8) berisiko menyebabkan infeksi saluran pernapasan anak, 9) berisiko menyebabkan karies gigi, 10) berisiko menurunkan tingkat kognitif anak, dan 11) aman untuk terus diberikan." Pertanyaan nomor 1-5 bila dijawab 'Setuju' maka masing-masing butir dianggap persepsi 'Positif'. Pertanyaan nomor 6-11 bila dijawab 'Setuju' maka masing-masing butir pernyataan dianggap persepsi 'Negatif'. Berlaku hal sebaliknya untuk jawaban 'Tidak Setuju'. Setelah semua jawaban didapatkan, dilakukan penghitungan jumlah per individu. Bila total butir pernyataan lebih banyak 'Persepsi Positif', maka responden dimasukkan dalam kategori 'Persepsi Positif', demikian pula sebaliknya.

Pemberian susu formula digali melalui pertanyaan kunci "Apakah ibu sekarang masih memberikan ASI?" dan "Hingga usia berapa ibu memberikan ASI?" Ibu yang memiliki riwayat tetap memberikan ASI sembari memberikan susu formula masuk dalam kategori pemberian susu formula parsial. Ibu yang hanya memberikan susu formula saja masuk dalam kategori pemberian susu formula penuh.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara diolah dengan menggunakan program SPSS 23. Jenis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif (*univariat*) dan analisis analitik (*bivariat*). Untuk analisis *bivariat*, digunakan uji statistik *Chi square*.

### 3. Hasil

Telah dilakukan penelitian terhadap 96 responden. Tabel 1 menunjukkan

distribusi responden berdasarkan demografi. Mayoritas (85,4%) responden berusia 20-35 tahun. Sebagian besar Pendidikan responden (55,2%) sudah berpendidikan tinggi. Sedangkan dari pekerjaan hampir sebagian (86,5%) responden yang tidak bekerja. Berdasarkan riwayat paritas, mayoritas responden multipara (77,1%). Riwayat kehamilan menunjukkan sebagian besar cukup bulan (97,9%) dan kelahiran per vaginam (75%).

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa ibu mendapatkan sumber informasi tentang susu formula yang paling banyak adalah dari iklan televisi (38,5%).

**Tabel 1. Karakteristik sosiodemografi responden**

Karakteristik	n	%
<b>Usia</b>		
20–35 tahun	82	85,4
>35 tahun	14	14,6
<b>Pendidikan</b>		
SD	13	13,5
SMP	13	13,5
SMA	53	55,2
Perguruan tinggi	17	17,7
<b>Pekerjaan</b>		
Bekerja	13	13,5
Tidak bekerja	83	86,5
<b>Pendapatan</b>		
Rendah	57	59,4
Tinggi	39	40,6
<b>Paritas</b>		
Primipara	22	22,9
Multipara	74	77,1
<b>Riwayat Kehamilan</b>		
Cukup bulan	94	97,9
Kurang bulan	2	2,1
<b>Riwayat Kelahiran</b>		
Per Vaginam	72	75
Per abdominam	24	25
<b>Sumber informasi utama mengenai susu formula</b>		
Televisi	37	38,5
Internet	3	3,1
Teman	18	18,8
Keluarga	21	21,9
Petugas kesehatan	14	14,6

Lainnya	3	3,1
---------	---	-----

Tabel 2 menampilkan distribusi persepsi responden tentang susu formula. Sebagian besar memiliki persepsi negatif terhadap susu formula (70,8%).

**Tabel 2. Persepsi responden tentang susu formula**

Persepsi	n	%
Positif	28	29,2
Negatif	68	70,8

Tabel 3 menampilkan data model pemberian susu formula. Sebagian besar responden masih berusaha tetap memberikan ASI bersamaan dengan pemberian susu formula (75%).

**Tabel 3. Model pemberian susu formula**

Pemberian susu formula	n	%
Penuh	24	25
Parsial	72	75

Analisis hubungan persepsi ibu tentang susu formula dengan pemberian susu formula ditampilkan pada Tabel 4. Hasil analisis menggunakan *Chi Square* menunjukkan tidak ada hubungan antara dua variable tersebut ( $p > 0,05$ ).

**Tabel 4. Hubungan antara persepsi ibu tentang susu formula dengan model pemberian susu formula**

Persepsi ibu tentang susu formula	Penuh		Parsial		Total		P	OR (95% CI)
	n	%	n	%	n	%		
Positif	5	17,9	2	8,3	2	10,0	0,437	0,561
Negatif	1	27,9	4	72,9	6	10,8		1,689

Total	2	25	7	65	9	10
	4		2		6	0

#### 4. Pembahasan

Hasil penelitian dari lima Puskesmas di wilayah Ilir Timur 2 menunjukkan sebanyak 75% ibu yang memberikan susu formula secara parsial. Hal ini berarti Sebagian besar ibu masih ada yang ingin memberikan susu formula sebagai tambahan atau pelengkap kebutuhan anaknya, sembari tetap menyusui.

Pada penelitian ini mayoritas ibu yang mempunyai pendidikan tinggi memberikan susu formula hanya sebagai tambahan untuk melengkapi kebutuhan gizi anaknya. Berdasarkan wawancara lebih mendalam, ibu mengaku kurang mendapat pengetahuan informasi penggunaan susu formula yang benar. Meskipun sebagian besar ibu masuk dalam kelompok pendidikan menengah ke atas, ternyata tidak semuanya memiliki pengetahuan tentang air susu ibu (ASI). Ketidaktahuan ibu mengenai pentingnya ASI dapat menyebabkan kegagalan dalam mempertahankan pemberian ASI.<sup>3,6</sup>

Pada penelitian ini, mayoritas ibu tidak bekerja (86,5%). Alasan Sebagian besar karena mengurus rumah dan anak sehingga waktu luang ibu sedikit untuk memberikan ASI yang menyebabkan ibu mengganti memberikan susu formula. Terdapat penelitian sebelumnya yang menyatakan kondisi ibu bekerja menjadi penghalang pemberian ASI.<sup>10</sup> Ternyata, ibu yang tidak bekerja, tetap memiliki kesibukan di rumah layaknya ibu yang berkarir.

Sebagian besar ibu mendapatkan sumber informasi mengenai susu formula dari televisi. Hal ini berarti bahwa, ibu mendapatkan informasi terutama dari iklan susu formula yang sangat besar kemungkinan salah interpretasi. Iklan media elektronik menampilkan visualisasi

anak yang aktif dan cerdas setelah mengonsumsi susu yang diiklankan.<sup>4</sup> Meskipun iklan di media hanya tidak menampilkan produk untuk rentang usia anak-anak dari para responden, namun telah terjadi promosi silang bagi produk untuk rentang usia tersebut, dan dapat menurunkan kepercayaan ibu dalam memberikan ASI.<sup>11</sup>

Persepsi ibu terhadap susu formula dalam penelitian ini adalah berhubungan dengan bagaimana pandangan baik buruknya penggunaan susu formula beserta pemberian kepada anak balita. Intensitas atau tingkat pemberian terhadap anak tergantung pada persepsi masing-masing ibu tentang susu formula. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi akan kelebihan susu formula dalam menunjang pertumbuhan bayi memengaruhi keputusan ibu membeli susu formula secara signifikan.<sup>12</sup> Padahal, penelitian pada balita usia 2–5 tahun menunjukkan bahwa terdapat peningkatan risiko mengalami kegemukan hingga 7 kali pada balita yang memiliki riwayat konsumsi susu formula >100 g/hari dibanding kelompok konsumsi <100 g/hari.<sup>13</sup>

Sebagian besar ibu pada penelitian ini memiliki persepsi negatif terhadap pemberian susu formula dan sebagian besar ibu memberikan susu formula secara parsial. Meskipun demikian, hasil uji statistik menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang bermakna antara persepsi ibu tentang susu formula dan model pemberian susu formula. Penelitian Zhang<sup>6</sup> memberikan gambaran bahwa adanya persepsi ketidakcukupan ASI, pengaruh dari orang tua, keterbatasan fasilitas dan dukungan di tempat kerja dapat memengaruhi keputusan ibu untuk tidak memberikan ASI. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-

faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan ibu.

## 5. Kesimpulan

Tidak terdapat hubungan antara persepsi ibu tentang susu formula dengan pemberian susu formula pada anak bawah dua tahun di Kecamatan Ilir Timur II Palembang. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor lain yang mendasari pemberian susu formula oleh ibu kepada anaknya.

## Daftar Pustaka

1. Lee E, Furedi F. Follow-on formula milk: literature review parenting culture studies view project. 2009; Available from: <https://www.researchgate.net/publication/264815584>
2. World Health Organization. Infant and young child feeding [Internet]. 2021 [cited 2021 Jul 2]. Available from: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/infant-and-young-child-feeding>
3. Fikawati S, Syafiq A. Penyebab keberhasilan dan kegagalan praktik pemberian ASI eksklusif. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*. 2009;4(3):120–31.
4. Adi M, Nalendra S, Sihombing RM, Piliang YA. Persepsi ibu rumah tangga terhadap model anak-anak dalam iklan TV: Studi kasus iklan susu formula merek SGM. *Jurnal Komunikasi Visual Wimba*. 2019;10(1):1–9.
5. Brown A, Raynor P, Lee M. Healthcare professionals' and mothers' perceptions of factors that influence decisions to breastfeed or formula feed infants: A comparative study.

- Journal of Advanced Nursing. 2011 Sep;67(9):1993–2003.
6. Zhang K, Tang L, Wang H, Qiu LQ, Binns CW, Lee AH. Why do mothers of young infants choose to formula feed in China? Perceptions of mothers and hospital staff. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 2015, Vol 12, Pages 4520-4532 [Internet]. 2015 Apr 24 [cited 2022 Jul 2];12(5):4520–32. Available from: <https://www.mdpi.com/1660-4601/12/5/4520/htm>
  7. Radzyminski S, Callister LC. Mother's Beliefs, Attitudes, and Decision Making Related to Infant Feeding Choices. *The Journal of Perinatal Education* [Internet]. 2016 [cited 2022 Jul 2];25(1):18. Available from: </pmc/articles/PMC4719110/>
  8. Bonia K, Twells L, Halfyard B, Ludlow V, Newhook LA, Murphy-Goodridge J. A qualitative study exploring factors associated with mothers' decisions to formula-feed their infants in Newfoundland and Labrador, Canada. 2013 [cited 2022 Jul 2]; Available from: <http://www.biomedcentral.com/1471-2458/13/645>
  9. Hawkins DI, Mothersbaugh DL. Consumer behavior : building marketing strategy. McGraw-Hill Irwin; 2010. 778 p.
  10. Wulansari S, Setyo Pramono DM. Hubungan kondisi sosial ekonomi keluarga dengan pemberian ASI eksklusif di wilayah kerja Puskesmas Tanah Kali Kedinding Surabaya. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*. 2014;17(1):9–15.
  11. World Health Organization and the United Nations Children's Fund (UNICEF). How the marketing of formula milk influences our decisions on infant feeding. 2022.
  12. Febrina \*, Tambunan F, Purwanegara S, Tantri M, Indriani D. Mothers perception, attitude, and willingness to purchase towards baby formula. *Journal of Economics and Behavioral Studies*. 2013;5(8):2220–6140.
  13. Utami CT, Wijayanti HS. Konsumsi susu formula sebagai faktor risiko kegemukan pada balita di Kota Semarang. *Journal of Nutrition College* [Internet]. 2017;6(1). Available from: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jnc> .