



**HUBUNGAN PROMOSI SUSU FORMULA DENGAN
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KELUARGA DALAM
PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF DI WILAYAH
KERJA PUSKESMAS ARJASA
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

**Fikri Ulil Albab
NIM 092310101007**

**PROGRAM STUDI ILMU KEPERAWATAN
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**HUBUNGAN PROMOSI SUSU FORMULA DENGAN
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KELUARGA DALAM
PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF DI WILAYAH
KERJA PUSKESMAS ARJASA
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Keperawatan (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Keperawatan (S.Kep)

oleh

**Fikri Ulil Albab
NIM 092310101007**

**PROGRAM STUDI ILMU KEPERAWATAN
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

PENGESAHAN

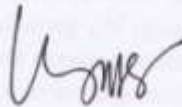
Skripsi berjudul "Hubungan Promosi Susu Fomula dengan Pengambilan Keputusan Keluarga dalam Pemberian ASI Eksklusif di Wilayah Kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember" telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Jumat, 27 September 2013

tempat : Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua,



Iis Rahmawati, S.Kp., M.Kes.
NIP 19750911 200501 2 001

Anggota I,



Ns. Ratna Sari H, S.Kep., M.Kep.
NIP 19810811 201012 2 002

Anggota II,



Ns. Dodi Wijaya, S.Kep., M.Kep.
NIP 19820622 201012 1 002

Mengesahkan
Ketua Program Studi,



dr. Sujono Kardis, Sp.KJ.
NIP 194906101982031001

Hubungan Promosi Susu Formula dengan Pengambilan Keputusan Keluarga dalam Pemberian ASI Eksklusif di Wilayah Kerja Puskesmas Arjasa, Kabupaten Jember (The Correlation of Formula Milk Promotion with Family Decision Making in Exclusive Breastfeeding in Working Area of Arjasa's Public Health Center Jember Regency)

Fikri Ulil Albab

Nursing Science Study Program, Jember University

ABSTRACT

One of the factors that influence exclusive breastfeeding is the formula milk promotion. Behavior of formula feeding or exclusive breastfeeding is strongly influenced by family decision . This study aims to determine the relationship of formula milk promotion with family decision making in exclusive breastfeeding. This study used cross- sectional with a total sampling technique numbered 33 respondents. Data were analyzed using chi square test. The analysis showed that as many as 57.6 % of families are exposed to the formula milk promotion and as many as 69.7 % of families experiencing malfunction of decision making in exclusive breastfeeding. Statistical test results showed p value of 0.257, which means that there is no significant relationship between the formula milk promotion with family decision making in exclusive breastfeeding. Some factors that may affect are the internal and external factors. Internal factors that influence them are age, mother's occupation, education and knowledge of the respondents, while external factors such as the social environment. Advice can be given to health workers to improve exclusive breastfeeding promotion program and the use of PASI / formula is right promotion program. The Government is expected to make policy on exclusive breastfeeding campaigns through public media.

Keywords: *formula milk promotion, family decision making, exclusive breastfeeding.*

RINGKASAN

Hubungan Promosi Susu Formula dengan Pengambilan Keputusan Keluarga dalam Pemberian ASI Eksklusif di Wilayah Kerja Puskesmas Arjasa, Kabupaten Jember; Fikri Ulil Albab, 092310101007; 2013: 160 halaman; Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Jember.

Program ASI eksklusif yang manfaatnya sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan bayi ternyata masih kurang mendapat respon yang baik dari masyarakat. Hal tersebut dibuktikan dengan angka cakupan ASI eksklusif yang masih dibawah target nasional sebesar 80%. Susenas tahun 2009 menunjukkan bahwa cakupan ASI eksklusif pada bayi umur 0-6 bulan sebesar 61,33% (Susenas, 2010). Pada tahun 2010, cakupan ASI eksklusif berdasarkan kategori 3 sesuai kriteria WHO, persentase menyusui eksklusif pada bayi umur 0 bulan sebesar 39,8% (Rikesdas, 2010). Pada tahun 2011, cakupan pemberian ASI eksklusif sebesar 61,5% (Susenas, 2012), sedangkan pada tahun 2012 menurut SDKI (2012), bayi umur 4-5 bulan yang mendapat ASI eksklusif hanya sebesar 27,1%.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pemberian ASI eksklusif adalah adanya promosi susu formula. Peningkatan penggunaan susu formula disebabkan oleh orang tua lebih memilih memberikan bayi mereka Pengganti Air Susu Ibu (PASI) dibanding ASI. Perilaku pemberian susu formula atau ASI eksklusif sangat dipengaruhi oleh keluarga, karena keluarga memiliki hak untuk memilih kebutuhan nutrisi yang tepat bagi anggota keluarganya melalui pengambilan keputusan keluarga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan promosi susu formula dengan pengambilan keputusan keluarga dalam pemberian ASI eksklusif. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *deskriptif korelasional* dengan pendekatan *cross sectional*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik total sampling dengan jumlah sampel sebanyak 33 responden. Data dianalisis menggunakan *chi square* untuk mengetahui hubungan antar dua variabel.

Keluarga di wilayah kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember menunjukkan keterpaparan promosi susu formula sebesar 57,6%, sedangkan yang tidak terpapar promosi susu formula sebesar 42,4%. Pengambilan keputusan keluarga dalam pemberian ASI eksklusif menunjukkan sebagian besar tidak berfungsi sebesar 69,7%, sedangkan yang berfungsi sebesar 30,3%. Berdasarkan hasil analisis statistik bahwa keluarga yang terpapar promosi susu formula cenderung mengalami ketidakberfungsian pengambilan keputusan keluarga dalam pemberian ASI eksklusif yaitu sebesar 78,9% dibanding dengan keluarga yang tidak terpapar promosi susu formula hanya sebesar 57,1%. Keluarga yang memiliki keberfungsian pengambilan keputusan keluarga dalam pemberian ASI eksklusif cenderung terdapat pada keluarga yang tidak terpapar promosi susu formula yaitu sebesar 42,9% dibanding dengan keluarga yang terpapar promosi susu formula yaitu sebesar 21,1%.

Hasil uji statistik menunjukkan nilai *p value* sebesar 0,257 pada alpha 0,05 yang berarti H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang bermakna antara promosi susu formula dengan pengambilan keputusan keluarga dalam pemberian ASI eksklusif. Hal ini kemungkinan dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal dari responden. Faktor internal yang mempengaruhi diantaranya: usia, pekerjaan ibu, pendidikan dan pengetahuan responden, sedangkan faktor eksternal seperti lingkungan social. Faktor-faktor tersebut yang mempengaruhi perilaku dalam pengambilan keputusan keluarga terkait pemberian ASI eksklusif.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, beberapa saran yang dapat diterapkan adalah peran petugas kesehatan khususnya petugas puskesmas agar lebih meningkatkan program promosi ASI eksklusif dan penggunaan PASI/susu formula yang benar dan tepat. Pemerintah diharapkan bisa membuat agenda kebijakan tentang kampanye ASI eksklusif sebagai isu penting di media publik, sehingga diharapkan mampu mengubah perilaku publik kedalam perilaku yang lebih positif yaitu perilaku pemberian ASI eksklusif.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
RINGKASAN	v
DAFTAR ISI	vii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Umum.....	11
1.3.1 Tujuan Khusus	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Bagi Peneliti	11
1.4.2 Manfaat Bagi Institusi Pendidikan	12
1.4.3 Manfaat Bagi Instansi Pelayanan Kesehatan.....	12
1.4.4 Manfaat Bagi Pemerintah	12
1.4.5 Manfaat Bagi Masyarakat.....	12
1.5 Keaslian Penelitian	13
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Konsep ASI Eksklusif	15
2.1.1 Pengertian ASI Eksklusif.....	15
2.1.2 Kandungan Nutrisi ASI	16
2.1.3 Manfaat ASI	17
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemberian ASI Eksklusif	19
2.2 Konsep Susu Formula	24
2.2.1 Pengertian Susu Formula.....	24

2.2.2 Susu Formula Sebagai Pengganti ASI.....	24
2.3 Konsep Promosi	25
2.3.1 Pengertian Promosi.....	25
2.3.2 Fungsi dan Tujuan Promosi.....	26
2.3.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	27
2.3.4 Promosi Susu Formula.....	29
2.3.5 Jenis-jenis Promosi.....	30
2.4 Konsep Keluarga	37
2.4.1 Pengertian Keluarga	37
2.4.2 Lingkungan Keluarga	38
2.4.3 Struktur Keluarga	38
2.4.4 Fungsi Keluarga.....	45
2.4.5 Proses dan Strategi Koping.....	46
2.5 Kerangka Teori.....	47
BAB 3. KERANGKA KONSEPTUAL	48
3.1 Kerangka Konseptual.....	48
3.2 Hipotesis	49
BAB 4. METODE PENELITIAN.....	50
4.1 Desain Penelitian.....	50
4.2 Populasi dan Sampel Penelitian	50
4.2.1 Populasi Penelitian	50
4.2.2 Sampel Penelitian	51
4.2.3 Kriteria Subjek Penelitian.....	51
4.3 Lokasi Penelitian.....	52
4.4 Waktu Penelitian	52
4.5 Definisi Operasional	53
4.6 Pengumpulan Data	54
4.6.1 Sumber Data	54
4.6.2 Teknik Pengumpulan Data	54
4.6.3 Alat Pengumpulan Data.....	56
4.6.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	58

4.7 Pengolahan Data	60
4.7.1 <i>Editing</i>	60
4.7.2 <i>Coding</i>	60
4.7.3 <i>Processing/Entry</i>	61
4.7.4 <i>Cleaning</i>	61
4.7.5 Analisis Data.....	61
4.9 Etika Penelitian	63
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN	66
5.1 Hasil Penelitian	67
5.1.1 Distribusi Karakteristik Responden Penelitian.....	67
5.1.2 Distribusi Promosi Susu Formula di wilayah kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember	70
5.1.3 Distribusi Pengambilan Keputusan Keluarga dalam Pemberian ASI Eksklusif di wilayah kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember	74
5.1.4 Hubungan Promosi Susu Formula dengan Pengambilan Keputusan Keluarga dalam Pemberian ASI Eksklusif di Wilayah Kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember	77
5.2 Pembahasan Penelitian	79
5.2.1 Karakteristik Responden.....	79
5.2.2 Promosi Susu Formula di wilayah kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember	83
5.2.3 Pengambilan Keputusan Keluarga dalam Pemberian ASI Eksklusif di wilayah kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember.....	87
5.2.4 Hubungan antara Promosi Susu Formula dengan Pengambilan Keputusan Keluarga dalam Pemberian ASI Eksklusif di wilayah kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember.....	90
5.3 Keterbatasan Penelitian	97
5.4 Implikasi Keperawatan	98

BAB 6. PENUTUP	100
6.1 Kesimpulan	100
6.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	