

## Hubungan pengetahuan, iklan susu formula dan pemberian asi eksklusif pada bayi 6-12 bulan

### *The relationship between knowledge, formula milk advertising, and exclusive breastfeeding for infants 6-12 months*

SAGO: Gizi dan Kesehatan  
2020, Vol. 2(1) 40-46  
© The Author(s) 2020



DOI: <http://dx.doi.org/10.30867/gikes.v2i1.444>  
<https://ejournal.poltekkesaceh.ac.id/index.php/gikes>



Poltekkes Kemenkes Aceh

Teuku Jamni<sup>1</sup>, T. Khairul Fadjri<sup>2</sup>

#### Abstract

**Background:** Breast milk is the only recommended and best food, cheap and easy to obtain for babies. Although breastfeeding does not cost money, the percentage of exclusive breastfeeding is still far from the target.

**Objectives:** The study aimed to measure the relationship, advertisement of formula milk and exclusive breastfeeding in infants 6-12 months.

**Methods:** This research is analytical in nature using a cross sectional design. The research sample was a total population of 58 people. The study was conducted in February 2020. Data collection used a questionnaire form and interview procedures were carried out. Data processing is based on grouping, namely good and poor knowledge, milk advertisements are affected and not, and breastfeeding variables are exclusive and not. Data analysis used Chi-square statistical test.

**Results:** The results showed that 44.6% of infants were not exclusively breastfed, and 64.3% of breastmilk production was not sufficient, besides that there were 48.2% of people affected by advertisements for formula milk. The statistical results showed a significant relationship between knowledge ( $p= 0.015$ ), formula milk advertising ( $p= 0.001$ ), and milk production ( $p= 0.006$ ) and exclusive breastfeeding for infants. Formula milk advertisement variable is the variable most associated with exclusive breastfeeding for infants 6-12 months.

**Conclusion:** There is a relationship between knowledge, advertising for formula milk and breast milk production with exclusive breastfeeding for infants. Advertising for formula milk is the dominant variable in the low coverage of exclusive breastfeeding.

#### Keywords:

Exclusive breastfeeding, formula milk advertising, knowledge, breast milk production

#### Abstrak

**Latar Belakang:** ASI merupakan makanan satu-satunya yang dianjurkan dan terbaik, murah dan mudah diperoleh untuk bayi. Meskipun ASI cara memperolehnya tidak mengeluarkan biaya, akan tetapi persentase pemberian ASI eksklusif masih jauh dari target.

**Tujuan:** Penelitian bertujuan untuk mengukur hubungan, iklan susu formula dan pemberian ASI eksklusif pada bayi 6-12 bulan.

**Metode:** Penelitian ini bersifat analitik dengan menggunakan desain *cross sectional*. Sampel penelitian adalah total populasi sebanyak 58 orang. Penelitian dilakukan pada Februari 2020. Pengumpulan data menggunakan form kuesioner dan dilakukan prosedur wawancara. Pengolahan data berdasarkan pengelompokan yaitu pengetahuan baik dan kurang baik, iklan susu terpengaruh dan tidak, dan variabel asi yaitu eksklusif dan tidak. Analisis data menggunakan uji statistik Chi-square.

**Hasil:** Hasil penelitian diperoleh 44.6% bayi tidak diberikan ASI eksklusif, dan sebesar 64.3% produksi ASI tidak cukup, selain itu terdapat 48.2% masyarakat terpengaruh dengan iklan susu formula. Hasil statistik menunjukkan hubungan

<sup>1</sup> Program Studi Gizi, Jurusan Gizi Politeknik Kesehatan Kemenkes Aceh, Indonesia. E-mail: [tjamni1974@gmail.com](mailto:tjamni1974@gmail.com)

<sup>2</sup> Program Studi D-IV Gizi, Jurusan Gizi Politeknik Kesehatan Kemenkes Aceh, Indonesia. E-mail: [teukufadjri@gmail.com](mailto:teukufadjri@gmail.com)

#### Penulis Koresponding:

**Teuku Jamni:** Program Studi Gizi, Jurusan Gizi Politeknik Kesehatan Kemenkes Aceh, Indonesia. Jl. Soekarno-Hatta, Lampenerut, Aceh Besar. Provinsi Aceh. Email: [tjamni1974@gmail.com](mailto:tjamni1974@gmail.com)

signifikan antara pengetahuan ( $p= 0.015$ ), dan iklan susu formula ( $p= 0.001$ ), serta produksi ASI ( $p= 0.006$ ) dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi. Variabel iklan susu formula merupakan variabel paling berhubungan dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi 6-12 bulan.

**Kesimpulan:** Terdapat hubungan antara pengetahuan, iklan susu formula dan produksi ASI dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi. Iklan susu formula merupakan variabel dominan terhadap rendahnya cakupan ASI eksklusif.

#### **Kata Kunci**

ASI eksklusif, iklan susu formula, pengetahuan, produksi ASI

## **Pendahuluan**

**S**alah satu asupan yang sangat penting pada masa pertumbuhan sedini mungkin, adalah dengan memberikan Air Susu Ibu (ASI) eksklusif kepada bayi, karena ASI merupakan makanan terbaik bagi bayi. Melindungi bayi dari kuman, menyediakan nutrisi lengkap, jaminan asupan higienis dan aman, membuat bayi tumbuh sehat dan cerdas, mencegah diare dan malnutrisi (Thow et al., 2017). ASI eksklusif merupakan salah satu cara paling efektif untuk memastikan kesehatan dan kelangsungan hidup anak. ASI eksklusif yang telah disarankan adalah sejak 6 bulan pertama kelahiran. Setelah 6 bulan, bayi baru bisa diberikan makanan pendamping ASI hampir 2 dari 3 bayi tidak disusui secara eksklusif selama 6 bulan (Lyell, 2014).

Salah satu penyebab kegagalan pemberian ASI eksklusif adalah tidak dilaksanakannya inisiasi menyusui dini (Al Rahmad, 2017). Menurut Santi (2017), Inisiasi Menyusui Dini akan sangat membantu dalam keberlangsungan pemberian ASI eksklusif (ASI saja) dan lama menyusui. Dengan demikian, bayi akan terpenuhi kebutuhannya hingga usia 2 tahun dan mencegah anak kurang gizi. Bayi yang baru lahir sangat rentan terhadap kematian akibat hipotermia. Namun 16% kematian bayi dapat dicegah melalui pemberian ASI pada sejak hari pertama dilahirkan. Angka ini naik menjadi 22% jika pemberian ASI dimulai satu jam setelah kelahiran atau dikenal dengan istilah Inisiasi Menyusui Dini (IMD).

Pemberian ASI secara eksklusif dan optimal akan membuat bayi tumbuh sehat, kuat, dan cerdas selain itu ASI eksklusif juga mengandung zat immunoglobulin atau kekebalan. Jenis protein yang bertugas memerangi infeksi dalam tubuh itu tidak dimiliki oleh susu hewan. Kandungan zat ini dalam kolostrum sekitar 10 hingga 17 kali lebih banyak daripada di dalam ASI matang. Itu sebabkan bayi yang mendapat ASI secara optimal memiliki kekebalan tubuh 15 sampai 20 kali lebih baik (Kuswanto et al., 2020). Pemberian ASI eksklusif sangat bermanfaat

untuk bayi salah satunya sebagai nutrisi terbaik karena ASI merupakan sumber gizi ideal dengan komposisi seimbang dan sesuai dengan kebutuhan pertumbuhan pada bayi dan merupakan makanan bayi paling sempurna baik secara kualitas dan kuantitas. ASI lebih baik bila dibandingkan dengan susu formula karena kandungan dari protein, lemak, elektrolit, dan enzim yang terdapat pada ASI sangat berperan pada pertumbuhan (Ulsafitri & Jasim, 2017).

Target sejumlah besar informasi yang diberikan pemerintah dan tenaga kesehatan pada ibu tentang promosi ASI akan mempengaruhi keputusan ibu untuk pemberian makan bayi terutama dalam hal pemberian ASI saja atau pemberian makanan lainnya pada bayi. Meskipun demikian di Inggris promosi kampanye ASI sering dilaksanakan dan sangat mendidik perempuan tentang manfaat ASI, hal ini tidak menghalangi mereka untuk memberikan susu formula pada bayinya (Gillis, 2009).

Menurut Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2013, angka pemberian ASI eksklusif pada bayi hanya mencapai angka 30.2%. Angka yang relative masih sedikit, padahal dengan ASI dan menyusui baik ibu dan bayinya akan mendapatkan banyak manfaat. Bahkan hal ini juga berimbas ke lingkungan, masyarakat, bangsa, dan Negara. Sedangkan persentase cakupan pemberian ASI Eksklusif di Provinsi Aceh adalah 49.6% (Balitbangkes, 2013). Berdasarkan profil kesehatan Kota Banda Aceh tahun 2017 diketahui persentase pemberian ASI Eksklusif di Kota Banda Aceh dari 3,315 bayi hanya 1,829 (55.2%) yang diberikan ASI eksklusif sedangkan di Puskesmas Jeulingke dari 219 bayi hanya 81 (36.9%) yang diberikan ASI eksklusif (Balitbangkes, 2018).

Ibu-ibu yang gagal dalam melakukan ASI eksklusif, pada umumnya ibu-ibu sudah memberikan makanan seperti nasi di campur pisang pada bayi pada saat berumur 3 bulan dan 4 bulan dan yang paling umum adalah pemberian susu formula. Penyebab adanya pemberian makanan ini adalah karena tradisi masyarakat yang sudah turun temurun, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat

pemberian ASI eksklusif serta maraknya iklan susu formula yang menyebabkan adanya anggapan susu formula dapat menggantikan ASI (Al-Rahmad & Fadillah, 2016).

ASI merupakan makanan satu-satunya yang dianjurkan dan terbaik murah dan mudah diperoleh untuk bayi usia 0-6 bulan. Meskipun ASI dalam cara memperolehnya tidak mengeluarkan biaya akan tetapi persentase pemberian ASI eksklusif di wilayah kerja Puskesmas Jeulingke 36.9% yang masih jauh dari target yang ditetapkan yaitu 80%. Rendahnya pemberian ASI eksklusif dapat dipengaruhi oleh adanya pemberian susu formula. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan pengetahuan, iklan susu formula dan produksi ASI dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi di wilayah kerja Puskesmas Jeulingke Kota Banda Aceh.

## Metode

Penelitian merupakan jenis observasional analitik. Penelitian observasional analitik yaitu penelitian diarahkan untuk menjelaskan suatu keadaan atau situasi. Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah menggunakan desain *cross sectional*), yang bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan, iklan susu formula dan produksi asi dengan pemberian susu formula pada bayi. Sampel dalam penelitian ini adalah total populasi yaitu ibu yang memiliki bayi usia 6-12 bulan sebanyak 56 orang.

Pengumpulan dilakukan di wilayah kerja Puskesmas Jeulingke Kota Banda Aceh. Pemilihan lokasi ini karena tingkat cakupan pemberian ASI Eksklusif masih rendah. Pengumpulan data dilakukan pada Februari 2020.

Pengumpulan data dilakukan secara wawancara menggunakan kuesioner yang telah disiapkan dengan ibu-ibu yang memiliki bayi usia 6-12 bulan di wilayah kerja puskesmas Jeulingke, meliputi pengetahuan iklan susu formula dan produksi ASI. Dalam melakukan pengumpulan data pertama-tama peneliti menyerahkan surat izi penelitian kepada Puskesmas Jeulingke, kemudian peneliti melakukan koordinasi dengan kader posyandu di Gampong-Gampong untuk mendapatkan alamat dari responden. Dalam penelitian ini peneliti memiliki kendala yaitu responden yang tidak ada dirumah karena bekerja di luar rumah.

Pengolahan data dilakukan berdasarkan tahapan *editing, coding, tabulating, dan cleaning data entry*. Pengelompokan data yaitu pengetahuan baik dan kurang baik, iklan susu terpengaruh dan tidak, variabel produksi asi cukup dan tidak cukup, serta variabel ASI eksklusif yaitu eksklusif dan tidak. Analisis yang digunakan yaitu uji Chi-Square dengan tingkat kemaknaan yaitu sebesar 95%.

## Hasil

Hasil penelitian sebagaimana telah disajikan pada tabel 1, dapat menunjukkan bahwa terdapat sebesar 44.6% balita yang tidak mendapatkan ASI secara eksklusif. Terdapat tiga variabel yang diduga sebagai faktor penyebab rendahnya capaian pemberian ASI eksklusif di wilayah kerja Puskesmas Jeulingke Kota Banda Aceh, yaitu variabel pengetahuan ibu, variabel iklan susu formula, dan variabel produksi ASI.

**Tabel 3.** Hubungan pengetahuan ibu, iklan susu formula, dan produksi ASI dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi usia 6 – 12 bulan

Variabel Independen	Pemberian ASI Eksklusif				Total		Nilai OR CI:95% (Lower – Upper)	Nilai p
	Tidak Eksklusif		Eksklusif					
	f	%	f	%	f	%		
Pengetahuan Ibu								
Kurang	20	57.1	15	42.9	35	100	4.3	0.015
Baik	5	23.8	16	76.2	21	100	1.28 – 14.26	
Iklan Susu Formula								
Terpengaruh	18	66.7	9	33.3	27	100	6.3	0.001
Tidak Terpengaruh	7	24.1	22	75.9	29	100	1.96 – 20.21	
Produksi ASI								
Tidak Cukup	21	58.3	15	41.7	36	100	5.6	0.006
Cukup	4	20.0	16	80.0	21	100	1.56 – 20.15	
Jumlah	25	44.6	31	53.4	56	100		

Studi terkait hubungan antara pengetahuan ibu dengan pemberian ASI eksklusif sebagaimana disajikan pada tabel 1, diketahui bahwa terdapat sebesar 57.1% ibu yang berpengetahuan kurang mempunyai bayi yang tidak berhasil diberikan ASI eksklusif. Hasil uji statistik Chi-square diperoleh nilai  $p= 0.015$  dengan  $OR= 4.3$ . Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan bermakna antara pengetahuan ibu dengan pemberian ASI eksklusif ( $p < 0.05$ ) pada bayi usia 6 – 12 bulan di wilayah kerja Puskesmas Jeulingke Kota Banda Aceh.

Selanjutnya, berdasarkan hasil uji hubungan iklan susu formula dengan pemberian ASI eksklusif, diketahui sebesar 66.7% ibu-ibu terpengaruh dengan susu formula dan berdampak terhadap tidak berhasil pemberian ASI eksklusif. Hasil analisis statistik menggunakan uji chi-square (tabel 1), menunjukkan bahwa antara variabel iklan susu formula dengan pemberian ASI eksklusif mempunyai nilai  $p= 0.001$  ( $p < 0.05$ ) dengan  $OR= 6.3$ . Sedangkan, antara variabel produksi ASI dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi usia 6 – 12 bulan mempunyai nilai  $p= 0.006$  ( $p > 0.05$ ) serta nilai  $OR= 5.6$ . Dengan demikian, berdasarkan hasil analisis statistik dapat ditarik suatu keputusan yaitu antara variabel pengetahuan ibu, iklan susu formula dan produksi ASI memiliki hubungan secara signifikan dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi usia 6 – 12 bulan di wilayah kerja Puskesmas Jeulingke Kota Banda Aceh.

## **Pembahasan**

### **Pengetahuan Ibu dengan Pemberian ASI Eksklusif**

Pengetahuan ibu memiliki hubungan bermakna dengan pemberian ASI eksklusif kepada bayi usia 6 – 12 bulan di wilayah kerja Puskesmas Jeulingke Kota Banda Aceh. Hasil studi ini sejalan dengan penelitian Yanuarini et al. (2017), yang menunjukkan terdapat hubungan antara pengetahuan ibu dengan pemberian ASI oleh ibu yang mempunyai bayi usia 0–6 bulan di Wilayah Kerja Puskesmas Pranggang Kabupaten Kediri. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Simanungkalit (2018), juga menyimpulkan bahwa pengetahuan ibu secara signifikan memiliki hubungan dengan pemberian ASI eksklusif pada anak usia 6 – 12 bulan di wilayah kerja Puskesmas Jekan Raya kota Palangka Raya.

Ibu yang memiliki pengetahuan kurang tentang pentingnya pemberian ASI eksklusif cenderung memiliki perilaku yang kurang baik dalam

pemberian ASI eksklusif dan beranggapan makanan pengganti ASI (susu formula) dapat membantu ibu dan bayinya, sehingga ibu tidak memberikan ASI secara eksklusif kepada bayinya (AL-Rahmad et al., 2013). Ketidaktahuan ibu tentang pentingnya ASI, cara menyusui dengan benar, dan pemasaran yang dilancarkan secara agresif oleh para produsen susu formula merupakan faktor penghambat terbentuknya kesadaran orang tua dalam memberikan ASI eksklusif (Rahayu et al., 2019), dan kurangnya pengertian perihal manfaat memberi ASI eksklusif, iklan produk susu dan makanan buatan yang berlebihan sehingga menimbulkan pengertian yang tidak benar (Kareba, 2019). Bahkan menimbulkan pengertian bahwa susu formula lebih baik dibandingkan ASI (Agustina et al., 2020).

Kurangnya pengetahuan ibu mengenai terkait ASI eksklusif baik manfaat dan akibat pemberian ASI maka ibu menganggap kandungan zat gizi pada ASI dapat digantikan oleh pemberian susu formula (Al-Rahmad & Fadillah, 2016). Hal tersebut menyebabkan minat ibu untuk memberikan susu formula akan semakin tinggi (Agustina et al., 2020).

### **Iklan Susu Formula dengan Pemberian ASI Eksklusif**

Hasil penelitian telah menunjukkan bahwa iklan susu formula memiliki hubungan dengan pemberian ASI eksklusif kepada bayi usia 6 – 12 bulan ( $p < 0.05$ ) di wilayah kerja Puskesmas Jeulingke Kota. Penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Arti (2015), menyimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara ketertarikan iklan susu formula oleh ibu bayi dengan pemberian ASI eksklusif. Ibu yang tidak tertarik dengan iklan susu formula cenderung hanya sebesar 0.52 kali untuk memberikan ASI eksklusif kepada bayi mereka. Selain itu, diperkuat oleh hasil studi yang dilakukan oleh Yumni & Wahyuni (2018) di Mojokerto, juga menyebutkan banyak ibu yang terpapar dengan iklan susu formula sehingga berpengaruh terhadap rendahnya pemberian ASI eksklusif.

Promosi susu formula dengan keputusan memberikan ASI eksklusif sangat erat kaitannya. Keluarga yang terpapar promosi susu formula cenderung mengalami ketidak-berfungsian pengambilan keputusan oleh keluarga dalam pemberian ASI eksklusif sehingga memberikan susu formula (Nuraini et al., 2013). Menurut Novania & Sari (2020), iklan dapat mempengaruhi pola dan perilaku antar pribadi dan kelompok. Pengaruh itu

bisa positif dan bisa negatif. Iklan susu formula yang bagus dapat dengan mudah beredar di kalangan jaringan komunikasi para ibu-ibu yang sedang menyusui.

Perilaku ibu menyusui sangat berkaitan dengan pengetahuan dan pada prinsipnya terhadap pemberian ASI eksklusif. Meningkatnya pengetahuan tentang ASI dapat menimbulkan perilaku terhadap menyusui sehingga akan mengakibatkan Tindakan menyusui bayi yang dilakukan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. Ibu dengan pendidikan tinggi akan tertarik terhadap iklan susu formula. Mereka lebih mudah dan dapat menerima suatu ide yang baru dibandingkan dengan ibu dengan pendidikan rendah, sehingga promosi dan informasi tentang ASI eksklusif dengan mudah dapat diterima dan dilaksanakan (Rahmawati & Arti, 2015).

Menurut Iskandar & Maulidar (2016), produk susu formula dipromosikan melalui iklan media dan promosi toko. Produsen susu formula juga aktif melakukan promosi di rumah sakit dan melalui staf medis (seperti dokter, perawat, dan staf perawat lainnya). Banyak ibu-ibu yang melakukan kegiatan usaha, seperti bekerja di kantor atau pabrik, menjalankan usaha swasta untuk menambah penghasilan, menghabiskan banyak waktu di luar rumah, tertarik menggunakan susu formula karena dinilai lebih menguntungkan. Maraknya iklan susu membuat banyak ibu percaya bahwa ASI tangan pertama bukan hanya makanan, tapi juga obat untuk anak. Para ibu yang hanya mengetahui sedikit tentang ASI percaya bahwa susu formula lebih baik daripada ASI karena lebih ekonomis dan mengandung nutrisi penting yang tercantum dalam iklan susu formula (Prasetyono, 2012).

### **Produksi ASI dengan Pemberian ASI Eksklusif**

Sebelumnya telah diketahui bahwa, produksi ASI ibu yaitu memiliki hubungan dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi usia 6-12 bulan. Penelitian ini didukung oleh Fahrani et al. (2016), menyebutkan bahwa salah satu keberhasilan pemberian ASI eksklusif adalah kondisi psikis ibu dan kelancaran produksi ASI, selain itu terdapat faktor lain seperti pengetahuan, dukungan keluarga, dan keberhasilan konseling ASI.

Menurut Armini (2016), berbagai faktor memberikan andil terhadap gagalnya pemberian ASI eksklusif, salah satunya adalah produksi ASI yang sedikit. Produksi ASI tergantung pada dua faktor yaitu faktor fisiologis dan psikologis. Kondisi

stres dan kesibukan sehari-hari dapat mempengaruhi produksi ASI. Jadi pikiran bisa mempengaruhi sistem di dalam tubuh. *Hypno-breastfeeding* merupakan cara yang bagus untuk mendorong pola pikir dalam menyusui yang tepat.

Selain itu, faktor persepsi ibu terhadap ketidak cukupan ASI lebih disebabkan oleh psikologis ibu daripada masalah biologis. Ibu yang merasa produksi ASI masih kurang, cenderung memiliki rasa percaya diri yang rendah dalam menyusui, tetapi ibu yang percaya bahwa dirinya mampu menyusui dan mampu menghadapi tantangan dan kesulitan menyusui, cenderung merasa bahwa produksi ASI sangat memadai dan cukup terpenuhi (Blyth et al., 2002).

Kehler et al. (2009), melaporkan bahwa berbagai macam upaya dukungan dalam peningkatan pemberian ASI, berawal dari dukungan suami dan keluarga. Jika ibu merasa didukung, dicintai, dan diperhatikan maka akan muncul emosi positif yang akan meningkatkan produksi hormon oksitosin sehingga produksi ASI pun lancar. Menurut Roesli (2009) dukungan keluarga adalah dukungan untuk memotivasi ibu memberikan ASI saja kepada bayinya sampai usia 6 bulan termasuk memberikan dukungan psikologis kepada ibu dan mempersiapkan nutrisi yang seimbang kepada ibu. Layli & Fatimah (2018) menyatakan bahwa fungsi dasar keluarga antara lain adalah fungsi efektif, yaitu fungsi internal keluarga untuk pemenuhan kebutuhan psikososial, saling mengasuh, dan memberikan cinta kasih, serta saling menerima dan mendukung. Suami dan keluarga dapat berperan aktif dalam pemberian ASI dengan cara memberikan dukungan emosional atau bantuan praktis lainnya. Dukungan keluarga yang baik tentu akan memperlancar produksi ASI, serta melalui dukungan keluarga yang optimal tingkat keberhasilan pemberian ASI secara eksklusif kepada bayi juga semakin baik.

### **Kesimpulan**

Pemberian ASI eksklusif masih rendah yaitu masih dibawah target nasional. Pengetahuan ibu, iklan susu formula dan produksi ASI memiliki hubungan bermakna dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi usia 6 – 12 bulan di wilayah kerja Puskesmas Jeulingke Kota Banda Aceh.

Saran, dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang manfaat ASI eksklusif pada bayi

serta memberikan pemahaman melalui penyuluhan serta upaya promosi kesehatan lainnya tentang dampak negatif pemberian susu formula pada bayi di bawah usia 6 bulan.

### Deklarasi Konflik Kepentingan

Penulis telah menyatakan bahwa pada artikel ini tidak ada maupun terdapat potensi konflik kepentingan baik dari penulis maupun instansi sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan, baik berdasarkan kepengarangan, maupun publikasi.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulisan sampaikan kepada berbagai pihak yang telah turut andil dalam pelaksanaan penelitian ini. Secara khusus disampaikan kepada Direktur Politeknik Kesehatan Kemenkes Aceh yang telah memberikan dukungan dana untuk penelitian ini.

Kepada Kepala Puskesmas Jeulingke Kota Banda Aceh yang telah memberikan ijin pelaksanaan penelitian. Kemudian terimakasih kepada para responden yang telah bersedia terlibat secara langsung dalam penelitian ini untuk memberikan data informasi, serta pihak lainnya yang juga telah membantu proses dalam melakukan penelitian ini.

### Daftar Rujukan

- Agustina, A., Hamisah, I., & Mutia, Y. (2020). Hubungan promosi susu formula, produksi ASI dan psikologis ibu dengan pemberian ASI Eksklusif. *Jurnal SAGO Gizi Dan Kesehatan*, 1(2), 159–164.
- Al-Rahmad, A. H., & Fadillah, I. (2016). Psychomotor of infant growth age 6-9 months based on exclusive breastfeeding. *Aceh Nutrition Journal*, 1(2), 99–104. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30867/acton.v1i2.18>
- AL-Rahmad, A. H., Miko, A., & Hadi, A. (2013). Kajian stunting pada anak balita ditinjau dari pemberian ASI eksklusif, MP-ASI, status imunisasi dan karakteristik keluarga di Kota Banda Aceh. *J Kesehatan Ilmiah Nasuwakes*, 6(2), 169–184.
- Al Rahmad, A. H. (2017). Pemberian ASI dan MP-ASI terhadap Pertumbuhan Bayi Usia 6–24 Bulan. *Jurnal Kedokteran Syiah Kuala*, 17(1), 8–14.
- Armini, N. W. (2016). Hypnobreastfeeding awali suksesnya ASI Eksklusif. *Jurnal Skala Husada*, 13(1), 21–29.
- Balitbangkes. (2013). Laporan riskesdas 2013. In *Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan*.
- Balitbangkes. (2018). *Laporan Nasional Riskesdas Tahun 2018*.
- Blyth, R., Creedy, D. K., Dennis, C., Moyle, W., Pratt, J., & De Vries, S. M. (2002). Effect of maternal confidence on breastfeeding duration: An application of breastfeeding self-efficacy theory. *Birth*, 29(4), 278–284.
- Fahriani, R., Rohsiswatmo, R., & Hendarto, A. (2016). Faktor yang memengaruhi pemberian ASI eksklusif pada bayi cukup bulan yang dilakukan inisiasi menyusui dini (IMD). *Sari Pediatri*, 15(6), 394. <https://doi.org/10.14238/sp15.6.2014.394-402>
- Gillis, D. E. (2009). Exploring dimensions of health literacy: a case study of interventions to promote and support breastfeeding. In *University of Nottingham*. University of Nottingham.
- Iskandar, & Maulidar. (2016). Hubungan Pemberian Susu Formula dengan Kejadian Diare pada Bayi Usia 0-6 Bulan. *Aceh Nutrition Journal*, 1(2), 73–77. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30867/acton.v1i2.13>
- Kareba, L. (2019). Hubungan pengetahuan dan pekerjaan ibu dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi di Puskesmas Bulili. *Jurnal Ilmiah Kemas-II*, 19(2), 1–6.
- Kehler, H. L., Chaput, K. H., & Tough, S. C. (2009). Risk factors for cessation of breastfeeding prior to six months postpartum among a community sample of women in Calgary, Alberta. *Canadian Journal of Public Health*, 100(5), 376–380.
- Kuswanto, K., Purnomo, H., & Anggraini, D. D. (2020). The Effectiveness of Kelor Leaves Powder on The Production of Breast Milk and Immunoglobulin A (Ig. A). *JURNAL KEBIDANAN*, 10(2), 154–159.
- Layli, A. N., & Fatimah, S. (2018). Hubungan Dukungan Keluarga dan Pengetahuan Ibu tentang ASI dengan Lama Pemberian ASI pada Baduta. *Infokes*, 8(01), 13–18.

- Lyell, G. J. (2014). WHO global nutrition targets 2025: Breastfeeding policy brief. In *Global targets*.  
[https://www.who.int/nutrition/publications/globaltargets2025\\_policybrief\\_breastfeeding/en/](https://www.who.int/nutrition/publications/globaltargets2025_policybrief_breastfeeding/en/)
- Novania, N. D., & Sari, D. N. A. (2020). Hubungan keterpaparan promosi susu formula dan inisiasi menyusui dini dengan pemberian ASI eksklusif. *JURNAL KEPERAWATAN AKPER YKY YOGYAKARTA*, 12(1), 40–50.
- Nuraini, T., Julia, M., & Dasuki, D. (2013). Sampel susu formula dan praktik pemberian air susu ibu eksklusif. *Kesmas: Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional (National Public Health Journal)*, 7(12), 551–556.
- Prasetyono. (2012). *Buku Pintar ASI Eksklusif*. Diva Press.
- Rahayu, S., Djuhaeni, H., Nugraha, G. I., & Mulyo, G. E. (2019). Hubungan pengetahuan, sikap, perilaku dan karakteristik ibu tentang ASI eksklusif terhadap status gizi bayi. *AcTion: Aceh Nutrition Journal*, 4(1), 28–35.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30867/action.v4i1.149>
- Rahmawati, N., & Arti, A. B. (2015). Hubungan Ketertarikan Iklan Susu Formula Dengan Pemberian Asi Eksklusif Di Posyandu Desa Kemudo Prambanan Klaten. *INVOLUSI Jurnal Ilmu Kebidanan*, 1(1).
- Roesli, U. (2009). *ASI Panduan Praktis Ibu Menyusui*. Banyu Media.
- Santi, M. Y. (2017). Upaya Peningkatan Cakupan ASI Eksklusif dan Inisiasi Menyusu Dini/IMD. *Jurnal Kesmas Indonesia*, 9(1), 69–80.
- Simanungkalit, H. M. (2018). Status Pekerjaan Dan Pengetahuan Ibu Menyusui Terhadap Pemberian ASI Eksklusif. *Jurnal Info Kesehatan*, 16(2), 236–244.
- Thow, A. M., Karn, S., Devkota, M. D., Rasheed, S., Roy, S. K., Suleman, Y., Hazir, T., Patel, A., Gaidhane, A., & Puri, S. (2017). Opportunities for strengthening infant and young child feeding policies in South Asia: Insights from the SAIFRN policy analysis project. *BMC Public Health*, 17(2), 5–14.  
<https://doi.org/10.1186/s12889-017-4336-2>
- Ulsafitri, Y., & Jasim, R. (2017). Perbedaan Pertumbuhan Pada Bayi Usia 6-7 Bulan Yang Diberikan Asi Eklusif Dan Tidak Eklusif Di Wilayah Kerja Pukesmas Guguk Panjang Kota Bukittinggi 2017. *'AFIYAH*, 4(2).
- Yanuarini, T. A., Rahayu, D. E., & Prahitasari, E. (2017). Hubungan pengetahuan dengan sikap ibu dalam pemberian ASI eksklusif di wilayah kerja puskesmas pranggang kabupaten kediri. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 3(1), 1–9.
- Yumni, F. L., & Wahyuni, C. T. (2018). Hubungan Promosi Iklan Susu Formula Dengan Pemberian ASI Eksklusif Di Desa Pandanarum Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah*, 3(2).