

Persepsi khalayak sasaran terhadap iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi studi kualitatif terhadap ibu hamil di puskesmas Bogor Timur tahun 2008

Meylina Puspitasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=124157&lokasi=lokal>

Abstrak

Angka kematian ibu (AKI) dan anak masing-masing di Indonesia masih cukup tinggi sesuai hasil SKRT 1995 yaitu 373 per 100.000 kelahiran hidup dan 60 per 1000 kelahiran hidup. Oleh karena itu perhatian terhadap kesehatan kehamilan sangat penting. Pelayanan kesehatan ibu dan anak (KIA) yang berkualitas mampu menurunkan angka kematian ibu dan bayi telah sejak lama diupayakan pemerintah. Ibu hamil membutuhkan asupan gizi yang optimal dalam program pemerintah 4 sehat 5 sempurna sehingga pentingnya mengkonsumsi susu bagi ibu hamil.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor perhatian khalayak sasaran, factor personal khalayak sasaran dan faktor stimuli yang mempengaruhi persepsi khalayak sasaran di Puskesmas Bogor Timur terhadap iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi tahun 2008. Desain penelitian ini merupakan studi kualitatif. Informan penelitian berjumlah lima orang informan yang terdiri dari dua kategori yaitu informan yang mengkonsumsi susu formula untuk ibu hamil dan informan yang tidak mengkonsumsi susu formula untuk ibu hamil. Teknik yang digunakan adalah wawancara mendalam terstruktur.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tayangan iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi menarik perhatian sebagian besar informan sehingga ingin mencobanya. Sebagian besar informan mengetahui susu formula untuk ibu hamil dan iklannya sejak mereka menikah dari media televisi dan berharap setelah melihat iklan tersebut bermanfaat, menambah pengetahuan. Dan sebagian besar informan menyukai penampilan iklan secara keseluruhan, mengetahui tujuan dari penayangan iklan, jenis iklan, mengerti mengenai pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut.

Saran yang diajukan peneliti adalah agar Puskesmas memperhatikan promosi kesehatan tentang asupan gizi bagi ibu hamil yang harus dipenuhi karena tidak semua ibu hamil mampu membeli susu formula untuk ibu hamil, kemudian penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan evaluasi dan bahan kajian bagi peningkatan kualitas pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) di Puskesmas. Selanjutnya, agar pengiklan lebih memperhatikan unsur komunikasi pendidikan perilaku sehat melalui pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat sehingga masyarakat mendapatkan pengetahuan dan pendidikan dari iklan tersebut. Selain itu, untuk peningkatan kualitas iklan susu formula untuk ibu hamil sebaiknya pengiklan melakukan peninjauan penelitian konsumen dalam membuktikan manfaat yang dapat diberikan kepada khalayak sasaran.