

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Angka kematian ibu (AKI) dan anak di Indonesia masih cukup tinggi sesuai hasil Survei Kesehatan Rumah Tangga (SKRT) tahun 1995 yaitu 373 per 100.000 kelahiran hidup dan 60 per 1000 kelahiran hidup. Oleh karena itu perhatian terhadap peristiwa kehamilan dan persalinan sangat penting. Tingginya angka kematian ibu yang berhubungan dengan kehamilan, persalinan dan nifas itu, bukan saja dipengaruhi oleh faktor kesehatan tetapi juga oleh faktor-faktor di luar kesehatan. Penyebab kematian ibu yang sudah diidentifikasi adalah perdarahan, infeksi dan pre/eklampsia (Laporan Tahunan Puskesmas Bogor Timur tahun 2006).

Kehamilan adalah suatu hal dalam kehidupan yang dapat membuat keluarga bahagia. Terjadi perubahan fisik dan mental yang bersifat alami. Para calon ibu harus sehat dan mempunyai gizi cukup (berat badan normal) sebelum hamil dan setelah hamil. Harus mempunyai kebiasaan makan yang bergizi dan teratur berolahraga teratur serta tidak merokok. Jika ibu tidak mendapat gizi yang cukup selama kehamilan, maka bayi yang dikandungnya akan menderita kurang gizi sehingga meskipun sudah cukup bulan, bayi tersebut akan lahir dengan berat badan dibawah 2500 gram atau berat bayi lahir rendah (BBLR). Ibu yang menderita kekurangan gizi juga akan menyebabkan produksi ASI berkurang bila kelak menyusui (Hananto Wiryo, 2002: h.22).

Seiring pertambahan usia kandungan, maka kebutuhan gizi ibu hamil akan meningkat, terutama setelah memasuki kehamilan trimester kedua. Sebab pada saat itu, pertumbuhan janin berlangsung pesat, terutama perkembangan otak dan susunan syaraf dan membutuhkan asupan gizi yang optimal ([www.halalguide.info](http://www.halalguide.info)).

Ibu hamil dianjurkan mengonsumsi protein sekitar 2-2.5 gr/kg berat badan. Protein yang bermutu adalah protein hewani yang dapat diperoleh dari telur, susu, dan ikan. Makanan pada ibu hamil harus sesuai dengan kebutuhan yaitu makanan yang seimbang dengan perkembangan masa kehamilan. Ibu hamil sebaiknya menerapkan menu 4 sehat 5 sempurna (Hananto Wiryo, 2002 : h. 23).

Meningkatkan konsumsi kalsium di masa hamil dapat menurunkan risiko mengalami *pre-eclampsia* (komplikasi kehamilan yang membahayakan ibu dan janin), demikian menurut studi terbaru di Amerika. Peneliti menemukan wanita yang mengonsumsi 1 gram suplemen kalsium setiap hari akan kecil kemungkinan mengalami kondisi serius ini, dibandingkan dengan mereka yang tidak mengonsumsi suplemen kalsium. Cara terbaik untuk memastikan ibu hamil mendapat cukup asupan mineral penting ini adalah dengan makan makanan yang kaya kalsium, seperti produk susu dan olahannya, tahu, brokoli dan kacang (*Mother & Baby*, Januari 2008 : h.32).

Susu adalah bahan pangan yang dikenal kaya akan zat gizi yang diperlukan oleh tubuh manusia. Ibu hamil membutuhkan sekitar 1200 mg kalsium perhari, atau sekitar 4 gelas susu. Ibu hamil dapat mengonsumsi sekitar tiga sampai empat porsi produk susu rendah lemak per hari (susu, yogurt & keju). Produk susu merupakan sumber kaya kalsium. Susu kedelai, sarden, ikan bilis, tahu dan sayur-sayuran berdaun hijau juga merupakan sumber kalsium yang baik. Jika asupan kalsium tidak

cukup, bayi akan menyedot kalsium dari tulang ibu sehingga ibu hamil berisiko mengalami osteoporosis di kemudian hari (*Health Today Indonesia*, Juli 2007 : h. 41-42).

Penelitian oleh tim ahli yang dikepalai oleh Kristine Koski, direktur dari School of Dietetics and Human Nutrition, McGill University Montreal, Canada antara Mei 1997 dan Juni 1999 membuktikan bahwa wanita yang tidak minum susu secara teratur saat hamil kemungkinan dapat memiliki bayi dengan berat badan lahir rendah ataupun bayi yang alergi serta mengalami gangguan pertumbuhan saat dalam kandungan. Suatu tim peneliti membandingkan berat bayi saat lahir dari ibu yang rutin minum susu minimal satu cangkir sehari dengan ibu yang saat hamil kurang atau tidak minum susu secara teratur. Ternyata bayi dari ibu peminum susu memiliki berat badan yang lebih baik. Sebanyak 300 wanita terlibat dalam penelitian, dan hasilnya dipublikasikan dalam *Canadian Medical Association Journal*, mereka bukan perokok dan hidup sehat selama hamil. Seperempat dari para ibu tersebut mengatakan tidak rutin minum susu setiap hari. Tim ahli mengatakan bahwa penelitian ini penting sebab meningkatnya jumlah wanita yang tidak mengonsumsi susu saat hamil akan memiliki asupan lemak yang lebih rendah, pertumbuhan berat badan yang terbatas dan gangguan alergi, karena kebiasaan minum susu saat hamil salah satunya adalah mencegah intoleransi laktosa ([www.keluargasehat.com](http://www.keluargasehat.com)).

Berdasarkan hasil penelitian dari McGill University Montreal tersebut maka dapat diketahui bahwa pentingnya mengonsumsi susu bagi ibu hamil karena salah satu manfaatnya adalah untuk meningkatkan berat badan bayi.

Krisis ekonomi berdampak buruk pada kemampuan masyarakat untuk membeli susu. Puncak konsumsi susu yang dicapai pada tahun 1995 (6,99

kg/kap/tahun) terus merosot hingga menjadi 5,10 kg/kap/tahun (1998). Konsumsi pangan hewani lainnya (telur dan daging) juga menurun pasca krisis ekonomi. Saat ini konsumsi susu bangsa Indonesia, meski sudah merdeka 57 tahun, ternyata masih sangat rendah yaitu hanya 5,10 kg/kap/tahun. Kalau kita telusuri tren konsumsi susu dari tahun ke tahun, tampaknya memang ada kemajuan. Namun, kemajuan tersebut relatif lambat. Pada tahun 1970 konsumsi susu penduduk Indonesia hanya 1,82 kg/kap/ tahun, sepuluh tahun kemudian menjadi 4,36 kg (www.gizi.net).

Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi kalangan industri susu. Berbagai strategi komunikasi pemasaran dilakukan oleh para produsen susu untuk memenangkan pasar. Salah satu pilihannya adalah melakukan promosi dengan beriklan di media televisi. Susu formula untuk ibu hamil termasuk salah satu varian susu yang diiklankan di media televisi. Ibu hamil merupakan sasaran media promosi ini. Hasil komunikasi tersebut menghasilkan dampak kognitif, afektif atau sudah sampai kepada konatif pada sasarannya (Sadariskar, Ahmad).

Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Berkaitan dengan iklan yang ditayangkan di televisi itu maka hal ini berpengaruh terhadap persepsi individu dalam menanggapi makna pesan yang terkandung dalam iklan dimana tujuan iklan agar pesan tersampaikan kepada khalayak. Dengan melakukan persepsi manusia memperoleh pengetahuan baru (Nina Mutmainah dkk, 1997: h. 71)

Keterlibatan seseorang dengan media massa sehari-hari sangat tinggi. Pada banyak kasus, waktu dengan media massa lebih besar dibandingkan aktivitasnya dengan kegiatan lainnya, kecuali tidur. Penelitian di Amerika menunjukkan bahwa

waktu santai seseorang kebanyakan dihabiskannya di rumah dengan menonton televisi, mendengar radio, atau membaca surat kabar dan majalah. Televisi tampaknya menjadi media favorit yang banyak dipilih orang untuk mengisi waktu luangnya lebih dari 40 % orang dewasa menghabiskan waktu santainya dengan menonton TV. Rata-rata tiap rumah menyalakan TV selama 7 jam setiap hari, dan pesawat itu ditonton rata-rata antara 2-3 jam per hari. Hal ini pun terjadi di Indonesia, di kota-kota tampaknya kecenderungan yang sama muncul. Makin banyak orang menggunakan media terutama televisi. Banyak rumah yang sejak subuh sudah menyalakan pesawat TV-nya, dan pesawat itu baru dimatikan ketika si pemilik hendak tidur (Nina Mutmainah dkk,1997: h. 185)

Onong Uchjana Effendi (1984) mengatakan televisi merupakan paduan audio dari segi penyiarannya (*broadcast*) dan video dari segi gambar bergeraknya (*moving images*). Seperti media massa lainnya, televisi pada pokoknya mempunyai tiga fungsi, yakni fungsi penerangan, pendidikan dan hiburan. Sesuai dengan tujuannya mendidik masyarakat, televisi sebagai media massa yang dipakai dalam menayangkan iklan susu formula ibu hamil dapat memberikan efek berupa pengetahuan, sikap dan perilaku. Notoatmodjo, 1993, menyebutkan bahwa :  
”pengaruh media massa tidak dapat dipisahkan dari aspek-aspek kehidupan yang mempengaruhi sikap dan perilaku kesehatan”.

Perkembangan pertelevisian khususnya televisi swasta telah membawa konsekuensi logis pada semua aspek kehidupan tidak terkecuali pada dunia usaha. Dunia usaha telah memanfaatkan sarana televisi untuk menunjang keberhasilan usahanya yang ditandai dengan persaingan iklan yang kian marak dan inovatif. Susu formula sebagai salah satu produk dunia usaha tidak ketinggalan ikut serta

mengiklankan produknya. Seringnya iklan yang ditayangkan di televisi sedikit banyak pasti berpengaruh terhadap pola perilaku masyarakat ([www.digilib.itb.ac.id](http://www.digilib.itb.ac.id)).

Max Weber berpendapat bahwa individu melakukan suatu tindakan berdasarkan atas pengetahuan, persepsi, pemahaman dan penafsirannya atas suatu obyek stimulus atau situasi tertentu. Tindakan individu ini merupakan tindakan sosial yang rasional, yaitu mencapai tujuan atau sasaran dengan sarana- sarana yang paling tepat.

Perhatian terhadap peristiwa kehamilan dan persalinan dilakukan sejak dini karena menyangkut kualitas sumber daya manusia. Pemerintah dan masyarakat telah melaksanakan berbagai upaya untuk memberikan pelayanan kesehatan terhadap ibu hamil, dan bersalin sehingga melahirkan bayi yang sehat. Pelayanan kesehatan ibu dan anak (KIA) yang berkualitas mampu menurunkan angka kematian ibu dan bayi telah sejak lama diupayakan pemerintah.

Pusat Pelayanan Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) adalah suatu pelayanan kesehatan yang memberikan pelayanan kuratif dan preventif secara terpadu, menyeluruh, dan mudah dijangkau dalam wilayah kerja kecamatan atau sebagian kecamatan di kota madya atau kabupaten. Kesehatan ibu dan anak merupakan salah satu program pelayanan kesehatan dasar dari puskesmas.

Puskesmas Bogor Timur merupakan salah satu tempat pelayanan kesehatan yang melayani ibu hamil. Upaya pendidikan kesehatan bagi ibu hamil dapat dilakukan di Puskesmas. Segala informasi mengenai kesehatan ibu hamil dapat diperoleh dalam program pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) puskesmas, karena ibu hamil perlu mengetahui bahwa asupan gizi bagi ibu hamil termasuk kalsium susu penting untuk kesehatan bayi yang dikandungnya. Makanan pada ibu

hamil harus sesuai dengan kebutuhan yaitu makanan yang seimbang dengan perkembangan masa kehamilan. Ibu hamil sebaiknya menerapkan menu 4 sehat 5 sempurna.

## 1.2. Perumusan Masalah

Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi kalangan industri susu. Berbagai strategi komunikasi pemasaran dilakukan oleh para produsen susu untuk memenangkan pasar. Salah satu pilihannya adalah melakukan promosi dengan beriklan di media televisi. Susu formula untuk ibu hamil termasuk salah satu produk usaha yang diiklankan di media televisi. Hasil komunikasi tersebut menghasilkan dampak kognitif, afektif atau sudah sampai kepada konatif pada sasarannya. Ibu hamil merupakan sasaran media promosi ini yang mau menjaga kesehatan hamilnya, oleh sebab itu penulis ingin mendalami bagaimanakah persepsi khalayak sasaran di Puskesmas Bogor Timur terhadap iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi yang dilaksanakan pada bulan Juni 2008.

Pertanyaan penelitian yang menjadi fokus studi mencakup:

1. Bagaimana faktor perhatian mempengaruhi persepsi khalayak sasaran di Puskesmas Bogor Timur terhadap iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi?
2. Bagaimana faktor personal mempengaruhi persepsi khalayak sasaran di Puskesmas Bogor Timur terhadap iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi?

3. Bagaimana faktor stimuli mempengaruhi persepsi khalayak sasaran di Puskesmas Bogor Timur terhadap iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi?

### **1.3. Tujuan**

#### **1.3.1. Tujuan Umum**

Diketuinya persepsi khalayak sasaran di Puskesmas Bogor Timur terhadap iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi tahun 2008

#### **1.3.2. Tujuan Khusus**

1. Diketuinya informasi mengenai faktor perhatian yang mempengaruhi persepsi khalayak sasaran di Puskesmas Bogor Timur terhadap iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi
2. Diketuinya informasi mengenai faktor personal yang mempengaruhi persepsi khalayak sasaran di Puskesmas Bogor Timur terhadap iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi
3. Diketuinya informasi mengenai faktor stimuli yang mempengaruhi persepsi khalayak sasaran di Puskesmas Bogor Timur terhadap iklan susu formula ibu hamil di televisi

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Teoritis**

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan dapat dikembangkannya teori dari Barat yang telah ada dengan kondisi lokal khususnya yang berkaitan dengan susu formula untuk ibu hamil sehingga menambah wawasan bagi yang memerlukannya.

### **1.4.2. Metodologi**

Hasil penelitian ini bisa bermanfaat sebagai bahan acuan atau referensi bagi penelitian berikutnya untuk menggali lebih dalam serta lebih baik lagi.

### **1.4.3. Aplikasi**

- **Bagi Pengelola Program Iklan**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi produsen dan pengiklan dalam komunikasi pendidikan perilaku sehat kepada masyarakat sehingga masyarakat mendapatkan pengetahuan dan pendidikan dari pesan yang disampaikan oleh pihak perusahaan periklanan melalui pendekatan yang lebih menarik bagi masyarakat untuk mengetahui, memahami, dan mengingat pesan yang disampaikan.

- **Bagi Institusi Pendidikan**

Manambah informasi untuk pengembangan ilmu dan pengetahuan serta diharapkan dapat dijadikan sebagai literatur tambahan dalam kajian mengenai iklan produk kesehatan di televisi

- **Bagi Puskesmas**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi Puskesmas Bogor Timur sebagai referensi tambahan untuk program kesehatan ibu dan anak (KIA) dalam rangka meningkatkan status gizi ibu hamil

- **Bagi Peneliti**

Menerapkan ilmu yang diperoleh dan merupakan pengalaman yang berharga dalam penelitian dan pengabdian di masyarakat.

### **1.5. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini adalah studi kualitatif mengenai analisa persepsi khalayak sasaran di Puskesmas Bogor Timur terhadap iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2008. Teknik kualitatif yang digunakan untuk pengambilan data ialah wawancara terstruktur.

Penelitian ini dilakukan karena perkembangan pertelevisian khususnya televisi swasta telah membawa konsekuensi logis pada semua aspek kehidupan tidak terkecuali pada dunia usaha. Dunia usaha telah memanfaatkan sarana televisi untuk menunjang keberhasilan usahanya yang ditandai dengan persaingan iklan yang kian marak dan inovatif. Susu formula sebagai salah satu produk dunia usaha tidak ketinggalan ikut serta mengiklankan produknya. Seringnya iklan yang ditayangkan di televisi sedikit banyak pasti berpengaruh terhadap pola perilaku masyarakat. Pelayanan kesehatan ibu dan anak (KIA) yang berkualitas di Puskesmas mampu menurunkan angka kematian ibu dan bayi telah sejak lama diupayakan pemerintah. Ibu hamil sebagai salah satu pengunjung Puskesmas merupakan sasaran pendidikan

kesehatan yang membutuhkan segala informasi mengenai kesehatan ibu hamil dan perlu mengetahui bahwa asupan gizi bagi ibu hamil termasuk kalsium susu penting untuk kesehatan bayi yang dikandungnya. Ibu hamil merupakan salah satu sasaran dari dunia usaha yang melakukan promosi dengan beriklan di media televisi, tidak menutup kemungkinan ibu hamil akan memperoleh informasi dari iklan di televisi.

