

ANALISIS KONTEN DUKUNGAN MENYUSUI PADA KONDISI PANDEMI COVID-19 MELALUI PLATFORM SOSIAL MEDIA

Angelica Joanna Charity Kamalo¹, Wiyarni Pambudi²

¹Bagian Ilmu Kesehatan Anak Fakultas Kedokteran, Universitas Tarumanagara Jakarta
Surel: angelicakamalo21@gmail.com

ABSTRACT

Mothers who breastfeed their babies need love, attention, support and information in relation to health or breastfeeding, from other sources. An exclusive group who receive their education via social media will improve their breast milk production. However, it is not known whether the social media also contain supports for breastfeeding during COVID-19 pandemic. The goal of this research can provide exclusive breastfeeding for optimal child development. There are 91 samples that have been uploaded in the form of photos and videos on Instagram, Facebook and Twitter. The research is designed to use descriptive cross section using non-random, consecutive sampling technique. This research was conducted during the months of December 2020 and January 2021. Data collection method was used to analyse uploaded data on social media. Out of 91 samples found on social media, the research found informative materials in, the benefit of breastfeeding (16,48%), lactation management (15,38%), support in breastfeeding within the community or hospitals (14,29%), world breastfeeding week 2020 (14,29%), breastfeeding and COVID-19 (13,19%), the facts about breastfeeding (10,99%), family support in breastfeeding (9,89%) and special tips in breastfeeding under specific conditions (5,49%).

Keywords: Breastmilk(ASI); support in breastfeeding; breastfeeding; content

ABSTRAK

Ibu yang mempunyai bayi dan dalam keadaan harus menyusui membutuhkan kasih sayang, perhatian, dukungan serta informasi yang terkait kesehatan atau tentang menyusui dari orang lain. Terjadi peningkatan pemberian ASI eksklusif pada kelompok yang mendapat edukasi melalui jejaring sosial. Namun belum diketahui konten dukungan menyusui pada kondisi pandemi COVID-19 yang ada di platform sosial media. Tujuan penelitian ini adalah Dapat memberikan ASI eksklusif sehingga tumbuh kembang anak yang optimal. Sampel penelitian berjumlah 91 sampel yang berupa unggahan dalam bentuk foto dan video di Instagram, Facebook dan Twitter. Desain penelitian dengan deskriptif cross sectional, dengan teknik pengambilan sampel non-random consecutive sampling dan penelitian ini diadakan secara daring pada bulan Desember 2020 sampai Januari 2021. Cara pengambilan data dengan melihat unggahan dari platform sosial media selanjutnya hasilnya akan diolah. Hasil penelitian didapatkan bahwa dari 91 sampel diketahui bahwa konten yang ditemukan di sosial media yaitu manfaat menyusui/ ASI (16,48%), manajemen laktasi (15,38%), dukungan menyusui di RS/ komunitas (14,29%), menyusui sehatkan bumi/WBW (*World Breastfeeding Week*) 2020 (14,29%), menyusui dan COVID-19 (13,19%), fakta menyusui (10,99%), dukungan menyusui dari keluarga (9,89%) dan tips menyusui pada kondisi khusus (5,49%).

Kata Kunci: ASI; dukungan menyusui; menyusui; konten

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bayi sampai dengan usia 6 bulan membutuhkan nutrisi untuk tumbuh dan berkembang secara optimal, yaitu dibutuhkan ASI (Air Susu Ibu). Pada minggu pertama menyusui terjadi perubahan psikologis dimana ibu mengalami ketergantungan terhadap bantuan dari orang lain. Bantuan yang dibutuhkan oleh ibu pada masa ini adalah dukungan yang besar dari bidan dan keluarga terutama suami. Keberhasilan seorang ibu dalam menyusui dipengaruhi oleh banyak faktor yaitu, faktor predisposisi, faktor pemungkin dan faktor penguat. Faktor predisposisi meliputi umur, pendidikan, pengetahuan, sikap, keterpaparan terhadap informasi. Faktor pemungkin meliputi kebijakan instansi, ketersediaan fasilitas. Sedangkan faktor penguatnya adalah dukungan suami, dukungan keluarga dan yang juga penting yaitu dukungan dari tenaga kesehatan. Besarnya kemampuan agar dapat bertahan memberikan ASI kepada bayi, dapat diperoleh dengan semakin besar pula dukungan yang didapatkan untuk terus menyusui.

Namun dikarenakan adanya pandemi *COVID-19*, setiap pimpinan negara segera mengeluarkan berbagai kebijakan, yang diistilahkan dengan *physical distancing*. Yaitu jarak sosial yang bermakna menjaga jarak sosial dengan orang lain, melalui minimalisasi pertemuan langsung dan berkerumun. Sehingga terjadi perubahan pola dalam berkomunikasi. Melalui berbagai *platform* digital yang berbasis teks, audio maupun video, telah terjadi peralihan pola komunikasi menjadi lebih berbasis komputer. Teknologi digital dapat memudahkan orang untuk saling berinteraksi serta saling berkomunikasi dengan keluarga maupun teman dalam kehidupan sehari-hari.

Terjadi peningkatan pemberian ASI eksklusif pada kelompok yang mendapat edukasi melalui jejaring sosial, dibandingkan dengan kelompok yang mendapat edukasi dari media lain sebanyak 4,215 kali. Para ibu dapat saling berkomunikasi dengan ibu lain yang juga memiliki bayi lewat sosial media, yaitu dengan adanya grup Laktasi. Pencarian situs www.Facebook.com menunjukkan rata-rata 60.000 kelompok pendukung menyusui tersedia pada bulan tertentu (rata-rata diambil dari 5 kelompok berturut-turut bulan Juli sampai November 2016), dengan satu grup yang memiliki 20.000 anggota dan sekitar 177 *posting* sehari. Hal ini menunjukkan bahwa penting dan banyaknya dukungan sebelum pandemi *COVID-19*, namun belum diketahuinya bentuk dukungan saat pandemi *COVID-19*.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bentuk dan konten dukungan menyusui terhadap ibu yang akan memulai maupun melanjutkan menyusui

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan pendekatan *Cross sectional*. Pengambilan sampel dilakukan secara daring dengan mencari konten dukungan menyusui dalam bahasa Indonesia di sosial media, dari Facebook, Instagram, Twitter pada bulan Maret – Desember 2020. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non random consecutive sampling*. Subjek penelitian dibagi berdasarkan durasi waktu, *platform* sosial media, dan menurut bentuk unggahan. Data yang terkumpul akan dilakukan penyajian data dalam bentuk tabel dan akan dilakukan deskriptif tentang unggahan dukungan menyusui dari *platform* sosial media.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengikutsertakan 91 unggahan pada sosial media. Sosial media yang digunakan sebagai subyek penelitian adalah Facebook, Instagram dan Twitter. Sampel yang menjadi subjek penelitian yaitu unggahan di media sosial pada periode bulan Maret sampai Desember 2020. Akun yang digunakan untuk subjek penelitian tidak hanya dari akun komunitas, melainkan dapat juga berupa akun pribadi yang memuat unggahan dukungan menyusui. Dalam pengambilan data, ada 4 akun sosial media yang lebih menonjol, yaitu *sahabatasibka*, *plazamom*, dan *aimi* yang berasal dari Instagram. Selain itu ada juga ada *@sehatq* yang berasal dari twitter. Akun-akun tersebut memiliki unggahan yang lebih banyak dibandingkan dengan akun sosial media yang lain.

Berdasarkan sampel yang didapatkan bahwa terdapat 91 unggahan yang terdiri dari 17 (18,68%) unggahan yang diunggah pada bulan Maret sampai Juli 2020 dan 74 (81,32%) unggahan pada bulan Agustus sampai Desember 2020 (table 1). Dengan demikian dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah unggahan di sosial media pada bulan Agustus sampai bulan Desember 2020. Dilakukan pembagian sesuai dengan sebelum dan sesudah “Pekan Menyusui Sedunia”. Saat “Pekan Menyusui Sedunia” terjadi peningkatan yang spesifik pada unggahan dukungan menyusui di sosial media.

Tabel 1. Karakteristik unggahan dukungan menyusui

Karakteristik unggahan	n = 91	%
Durasi waktu		
Maret s/d Juli 2020	17	18,68
Agustus s/d Desember 2020	74	81,32
Platform sosial media		
Instagram	40	43,96
Facebook	27	29,67
Twitter	24	26,37
Bentuk unggahan		
Gambar, infografis	54	59,34
Info seminar daring	16	17,58
Tautan web/artikel	10	10,99
Live talkshow	7	7,69
Narasi, kutipan, dll	3	3,30
Video pendek	1	1,10

Dukungan sosial telah diupayakan untuk mempromosikan menyusui dengan meningkatkan kesadaran akan manfaatnya, memerangi sikap negatif, dan membina dukungan untuk ibu menyusui. Termasuk juga “Pekan Menyusui Sedunia” yang dilakukan untuk mendukung tindakan menyusui. Poster elektronik mengenai menyusui dibagikan di berbagai *platform* sosial media sehingga mendapat jangkauan yang lebih luas.

Dalam penelitian ini mengikutsertakan tiga sosial media, yaitu Facebook, Instagram dan Twitter. Dari hasil penelitian didapatkan untuk facebook 27 (29,67%) unggahan. Untuk Instagram didapatkan 40 (43,96%) unggahan. Instagram merupakan sosial media dengan jumlah unggahan yang didapatkan terbanyak. Instagram merupakan *platform* yang berfokus pada unggahan foto dan video. Diinstagram dapat ditemukan “*hashtag*” yang memungkinkan publik mencari konten tertentu. Konten dengan “*hashtag*” mengkoordinasikan informasi seputar tema dan topik tertentu. Instagram memiliki cakupan yang luas yaitu memiliki 700 juta akun aktif. Untuk twitter didapatkan 24 (26,37%) unggahan.

Dari hasil penelitian unggahan dukungan menyusui dalam bentuk gambar dan infografis menjadi bentuk unggahan yang paling banyak ditemukan dalam sosial media, yaitu sebanyak 54 (59,34%) unggahan. Gambar mengenai menyusui adalah suatu yang menarik dalam mengeksplorasi bagaimana menyusui direpresentasikan, bagaimana masalah sosial dan budaya tentang menyusui diekspresikan dan dukungan menyusui.

Konten unggahan dukungan masyarakat

Dari hasil pengambilan sampel pada 91 unggahan dukungan menyusui dari sosial media, yaitu dari Facebook, Instagram dan Twitter didapatkan berbagai konten dukungan menyusui, yaitu manfaat menyusui/ASI, manajemen laktasi (teknik menyusui), tips menyusui pada kondisi khusus (ibu bekerja, berpuasa dll), dukungan menyusui dari keluarga, dukungan menyusui di RS/komunitas, menyusui sehatkan bumi (tema *WBW (World Breastfeeding Week) 2020*), serta menyusui dan *COVID-19*.

Table 2: Konten unggahan dukungan menyusui

Konten dukungan menyusui	Facebook	Instagram	Twitter	Total
Manfaat menyusui / ASI	5 (33%)	6 (40%)	4 (27%)	15
Manajemen laktasi (teknik menyusui)	3 (21%)	6 (43%)	5 (36%)	14
Dukungan menyusui di RS / komunitas	5 (38%)	7 (54%)	1 (8%)	13
Menyusui sehatkan bumi (<i>WBW</i> 2020)	2 (15%)	9 (70%)	2 (15%)	13
Menyusui dan <i>COVID-19</i>	5 (42%)	3 (25%)	4 (33%)	12
Fakta menyusui	1 (10%)	4 (40%)	5 (50%)	10
Dukungan menyusui dari keluarga	4 (45%)	3 (33%)	2 (22%)	9
Tips menyusui pada kondisi khusus (ibu bekerja, berpuasa, dll)	2 (40%)	2 (40%)	1 (20%)	5

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah konten unggahan yang paling banyak ditemukan di sosial media adalah manfaat menyusui / ASI, yaitu dengan total 15 unggahan yang terbagi dalam facebook sebanyak lima (33%) unggahan, Instagram sebanyak enam (40%) unggahan, dan Twitter sebanyak empat (27%) unggahan (table 2).

Air Susu Ibu (ASI) merupakan sumber nutrisi pertama yang tersedia untuk bayi dan sangat penting untuk perkembangan sistem kekebalan tubuh. Menyusui juga mengurangi tingkat infeksi neonatal, serta memiliki manfaat kesehatan yang diduga dalam jangka panjang dapat mencegah hipertensi dan diabetes. Dengan adanya edukasi ataupun pendidikan kesehatan melalui media cetak dan elektronik dalam mempromosikan pentingnya ASI sangat berpengaruh dalam terjadinya peningkatan keberhasilan pemberian ASI

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dukungan menyusui yang paling banyak ditemukan di Instagram yaitu mengenai menyusui sehatkan bumi (*WBW* 2020). Didapatkan sembilan unggahan mengenai menyusui sehatkan bumi dari Instagram. *WBW* 2020 menyelenggarakan beberapa acara untuk meningkatkan keterlibatan dan menggalang aksi pada tema tersebut, termasuk berbagi unggahan di sosial media dan webinar tentang pentingnya dukungan kepada ibu menyusui. “Pekan Menyusui Sedunia” memberikan kesempatan penting untuk menginformasikan, dan menggalang aksi mengenai menyusui, promosi dan dukungan ke seluruh dunia

Menurut hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dukungan menyusui yang paling banyak ditemukan di Facebook yaitu mengenai manfaat menyusui/ ASI dan dukungan menyusui di RS/ komunitas. Jumlah unggahan mengenai konten tersebut ditemukan lima unggahan untuk setiap konten tersebut. Pada penelitian yang pernah dilakukan oleh Nicole Bridges dkk pada tahun 2018 dimana dalam penelitian itu didapatkan unggahan yang paling banyak ditemukan di Facebook adalah konten mengenai manajemen menyusui yaitu didapatkan 42%. Untuk unggahan mengenai manfaat menyusui didapatkan 19% yaitu kedua terbanyak

Menurut hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dukungan menyusui yang paling banyak ditemukan di Twitter yaitu mengenai manajemen laktasi (teknik menyusui) dan fakta menyusui. Jumlah unggahan yang ditemukan mengenai kedua konten dukungan menyusui tersebut sebanyak lima unggahan untuk masing-masing konten tersebut. Posisi ibu yang tepat, keterikatan yang efektif antara mulut bayi dan payudara ibu adalah fungsi dari teknik menyusui yang efektif. Melakukan teknik menyusui yang efektif telah terbukti penting untuk memaksimalkan menyusui, untuk memastikan pemberian ASI dengan baik dan mencegah masalah dalam menyusui.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada 91 unggahan dukungan menyusui di sosial media didapatkan kesimpulan: diketahuinya bentuk dan konten dukungan menyusui terhadap ibu yang

akan memulai maupun melanjutkan menyusui. Konten dukungan menyusui dari sosial media yang paling banyak ditemukan adalah manfaat menyusui/ ASI yaitu 16,48 %.

Saran yang dapat diberikan: peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi kajian ilmiah di bidang pendidikan dan dapat dijadikan sarana di bidang pendidikan mengenai konten dukungan menyusui selama pandemi COVID-19 di sosial media. Dalam penelitian ini peneliti berharap dapat membantu masyarakat untuk menemukan unggahan dukungan menyusui yang dibutuhkan, sehingga dapat memberikan yang terbaik kepada anaknya. Peneliti merekomendasikan untuk peneliti berikutnya dapat melibatkan sosial media yang lain dan dapat menjangkau unggahan-unggahan di sosial media yang lebih luas.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima atas dukungan dari semua pihak sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Saya ingin berterima kasih kepada dr Wiyarni Pambudi, SpA., IBCLC yang telah memberikan bimbingan, waktu serta tenaga. Saya juga kepada orang tua saya serta teman-teman yang selalu mendukung dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Amaros AB et al. (2019). Reviewing the evidence on breast milk composition and immunological outcomes. *Nutrition reviews*, 77(8), 541-556..
- Anggorowati, Nuzulia F. (2013). Hubungan antara dukungan keluarga dengan pemberian ASI eksklusif pada bayi di desa Bebengan kecamatan Bojo kabupaten Kendal. *Jurnal keperawatan maternitas*, 1(1), 1-8.
- Astutik LP. (2018). Dukungan teman sejawat di jejaring sosial dalam pemberian ASI eksklusif. *Jurnal medika karya ilmiah Kesehatan*, 3(2), 25-30.
- Bridges N, Howell G, Schmied V. (2018). Exploring breastfeeding support on social media. *International breastfeeding journal*, 13(22).
- Fani S, Wariyati, Husein R. (2021). Multilingualism on the internet in Jackson wang got7 instagram captions. *KnE social science*, 683-691.
- Fauziandari EN. (2020). Keberhasilan pemberian ASI pada dua bulan pertama menyusui ditinjau dari dukungan suami. *Jurnal ilmu Kesehatan*, 4(1).
- Fernando M, Prathapan S. (2017). Why do mothers fail to breastfeed successfully? A descriptive study done at selected lactation management centres in Sri Lanka. *Journal of child health*, 46(4), 337-342.
- Kumaravel N. (2020). World Alliance for Breastfeeding Action (WABA) news brief: breastfeeding for a sustainable world. *Journal of human lactation*, 37(1).
- Locatelli E. (2017). Images of breastfeeding on instagram. *Sosial media society*, 1-14.
- Macron AR, Bieber M, Azad MB. (2019). Protecting, promoting, and supporting breastfeeding on Instagram. *Wiley maternal & child nutrition*, 15.
- Melasari I. (2018). Informasi tentang menyusui yang diperoleh ibu melalui media social. *Journal scientific solute*, 1(1).
- Melansari I, Setyowati, Kurniawati W. (2018). Studi fenomenologi: informasi yang diperoleh ibu menyusui melalui media sosial. *Jurnal Kesehatan*, 7(2).
- Nte AR, Eke GK. (2020). Celebrating the world breastfeeding week in the era of COVID-19 pandemic in southern Nigeria. *Journal of scientific research & reports*, 26(9), 46-57.
- Paranic R. (2015). Paket dukungan terhadap breastfeeding selfefficacy dan keberhasilan menyusui pada ibu postpartum. *Jurnal Ners*, 10(1), 20-29.
- Putra RS, Irwansyah. (2020). Media komunikasi digital efektif namun tidak efisien. *Global komunika*, 1(2).

- Septiani H, Budi A, Karbito. (2017) Faktor-faktor yang berhubungan dengan pemberian ASI eksklusif oleh ibu menyusui yang bekerja sebagai tenaga kesehatan. *Jurnal ilmu Kesehatan*, 2(2), 159-174.
- Suryaman R, Girsang E, Mulyani S. (2021). Hubungan pengetahuan dengan kecemasan ibu dalam pemberian ASI pada bayi di masa pandemi COVID-19. *Jurnal ilmu Kesehatan*, 9(2), 116-121.
- Sutrisna IPG. (2020). Gerakan literasi digital pada masa pandemi COVID-19. *Stilistika*, 8(2).
- Wagg AJ, Callanan MM, Hassett A. (2019). Online social support group use by breastfeeding mothers. *Heliyon*, 5. Nama Belakang Penulis, Inisial Nama Depan. (Tahun Publikasi). "Judul Artikel Jurnal". Nama Konferensi, Tempat Konferensi, Tanggal Konferensi, nomor halaman.
- Yuliarti MS. (2020). Interaksi sosial dalam masa kritis: berkomunikasi online selama pandemic COVID-19, 4 15-20.