

Ayah Asi di Media Online

Totok Wahyu Abadi
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze and explain the Ayah ASI in online media twitter and explained Ayah ASI in social semiotic perspective. Qualitative research, describes the situation or discourse about exclusive breastfeeding by the Ayah ASI. The method used is the MAK Halliday's social semiotic analysis that includes the text, the context of the situation (field of discourse, tenor of discourse, mode of discourse) and registers. The results of this study show that Communities Ayah ASI in his twitter @ID_AyahASI build knowledge to fathers and Indonesian mothers who still adhered to the old paradigm about things related to breastfeeding mothers who proves a lack of understanding and support dad. The father and mother who still believe the myths that inhibit the release of breast milk, do not have an understanding of the function of the hormone oxytocin for stimulation and lactation very clearly proves that knowledge or understanding of a mother and her husband support the most important factor in the success of breastfeeding. Ayah ASI twitter account with a non-formal language as well as a brief change views of mothers and fathers about the importance of breastfeeding to infants.

Keywords: social semiotics, Dad breastfeeding, breastfeeding father twitter account

A. Pendahuluan

Air susu ibu (ASI) merupakan makanan yang terbaik bagi bayi karena mengandung semua zat gizi dalam jumlah dan komposisi yang ideal yang dibutuhkan oleh bayi untuk tumbuh dan berkembang secara optimal, terutama pada usia 0-6 bulan sangat di anjurkan¹.

Di Indonesia, Departemen Kesehatan Republik Indonesia melalui program perbaikan Gizi, menargetkan cakupan ASI Eksklusif sebesar

¹ Agus Sartono dan Hanik Utaminingrum, *Hubungan Pengetahuan Ibu, Pendidikan Ibu dan Dukungan Suami dengan Praktek Pemberian Asi Eksklusif*, Skripsi. 2008. Hal 46

80%. Namun angka ini sangat sulit dicapai, bahkan pemberian ASI Eksklusif terus menurun.

Data Riset kesehatan (RISKESDAS) 2010 menunjukkan bahwa bayi yang mendapatkan ASI Eksklusif di Indonesia hanya 15,3%. Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya pemberian ASI adalah kurangnya pemahaman ibu².

Rendahnya pemberian ASI oleh ibu kepada bayi di Indonesia , tidak hanya membuat pemerintah prihatin, tetapi banyak kalangan masyarakat prihatin termasuk kaum laki-laki . Ini terbukti dengan munculnya sebuah komunitas Ayah ASI melalui media online twitter. Secara umum Akun Twitter @ID_AyahASI ini merupakan media *online* yang digunakan untuk men-*share* informasi. Twitter adalah layanan jejaring sosial melalui internet yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan istilah tweet (*kicauan*). Di Awal kemunculannya jejaring sosial twitter tidak banyak digemari di kalangan masyarakat pengguna jejaring sosial dari pada Facebook³.

Dalam perkembangannya, twitter semakin banyak digunakan oleh masyarakat pengguna internet. Hal ini terlihat dari data tahun 2009, yang disampaikan lembaga perhitungan statistik seluruh situs dan blog di dunia (ALEXA), bahwa twitter masuk dalam jajaran 50 blog teraktif di dunia. Tingkat pertumbuhannya pun mencapai 1.380 persen per bulan, dibandingkan dengan facebook yang hanya 220 persen per bulannya⁴.

² Diunduh dari <http://health.kompas.com.2011> Di akses tanggal 1 Desember 2013

³ Diunduh dari Wikipedia.com pada 1 Desember 2013

⁴ Diunduh dari <http://www.anneahira.com.2012> pada tanggal 14 Januari 2014

Hal inilah yang memicu hadirnya akun Twitter @ID_AyahASI untuk mendukung peningkatan pemberian ASI di Indonesia dan juga untuk menambah pemahaman di kalangan orang tua yang memiliki bayi. Ayah ASI merupakan salah satu komunitas pria di dunia digital melalui jejaring sosial twitter untuk memenuhi kebutuhan informasi akan peran ayah dan juga suami. Akun twitter @ID_AyahASI yang hadir sejak 27 september 2011 merupakan wadah untuk berbagi pengalaman serta pengetahuan tentang ASI, dan menjalankan peran terbaik sebagai suami dan ayah. Komunitas ini berawal dari seminar kecil tentang isu ayah yang mendukung ibu menyusui. Beberapa ayah sepakat memutuskan untuk membuat komunitas Ayah ASI melalui media twitter. Pada bulan September 2011, para ayah ini mulai aktif menyampaikan berbagai info penting tentang peranan ayah dalam pemberian ASI lewat akun twitter @ID_AyahASI dan mendapat respon yang luar biasa dari masyarakat Indonesia pengguna Twitter. Hingga saat ini pengikut @ID_AyahASI sudah mencapai seratus lima ribu ayah dan ibu di seluruh Indonesia⁵.

Komunitas Ayah ASI menyadari bahwa 50% keberhasilan pemberian ASI kepada bayi disumbangkan oleh dukungan ayah. Peran ayah dalam proses pemberian ASI termasuk sangat penting sejak kehamilan ibu, melahirkan dan pengasuhan anak. Banyak ayah yang peduli dengan rendahnya pemberian ASI, namun para ayah tidak menunjukkan tindakan untuk memberikan dukungan yang tepat kepada istri⁶.

Gambar 1

⁵ Diunduh dari <http://www.noor-magazine.com>.2013 pada tanggal 2 Desember 2013.

⁶ Diunduh dari (<http://female.kompas.com> 2012, pada tanggal 4 Desember 2)

tampila akun twitter @ID_AyahASI



Sumber: akun twitter @ID_AyahASI

Dari Gambar terlihat besarnya sambutan masyarakat massa terhadap keberadaan komunitas Ayah ASI. Terlihat jelas pada pengikut (*followers*) akun twitter yang mencapai ratusan ribu. Akun twitter @ID_AyahASI juga mengikuti (*following*) delapan ratus lebih akun twitter lainnya. Informasi-informasi yang di-*share* oleh akun Twitter AyahASI telah mencapai tujuh puluh Sembilan ribu lebih. Pesan-pesan yang disampaikan oleh ayah peduli ASI selain mengenai manfaat pemberian ASI, keunggulan ASI dari susu formula, serta tata cara menyusui bayi dengan benar, komunitas ini juga memberikan informasi apa saja yang

boleh dikonsumsi oleh ibu-ibu menyusui dan mitos-mitos yang bisa mengganggu proses pemberian ASI.

Informasi yang diberikan lebih mengkristal sehingga menjadi gerakan bersama daripada komunitas. Domain @ID_AyahASI sangat aktif memancing percakapan seputar ASI dengan berbagai informasi dan pertanyaan yang memang layak buat disebarluaskan ke para *followers*.

Berawal dari paparan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji teks di dalam akun Twitter @ID_AyahASI. Informasi yang disampaikan oleh akun twitter @ID_AyahASI membahas seputar informasi mengenai ASI dan di kategorikan dengan berbagai tema di dalamnya. Selain mengkategorikan dengan berbagai tema, akun twitter AyahASI juga memberikan informasi-informasi lain yang ditanyakan oleh pengikut (*followers*) di luar dari tema yang telah di sebar.

Peneliti memilih dua tema yang menurut peneliti menarik untuk dikaji di dalam akun twitter @ID_AyahASI yaitu #asisedikit dan #simpanasi. Peneliti memilih dua tema tersebut karena sering menjadi pembicaraan atau yang ditanyakan oleh pengikut (*flowers*) dalam akun twitter @ID_AyahASI. Produksi ASI yang sedikit dan cara menyimpan ASI sering menjadi masalah bagi ibu-ibu menyusui.

Peneliti mengkaji teks dengan menggunakan metode analisis semiotika sosial Halliday yang melihat bahwa teks berkaitan dengan konteks dalam masyarakat. Halliday juga merumuskan teks sebagai suatu pilihan semantik (*semantic choice*) dalam kontek situasi, suatu cara pengungkapan makna lewat bahasa lisan atau tulisan. Semua bahasa yang hidup yang mengambil bagian tertentu dalam konteks situasi dapat dinamakan teks.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut : “Bagaimana AyahASI di AKUN TWITTER dalam prespektif semiotika sosial? Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan AyahASI di media online Twitter dan menjelaskan akun twitter AyahASI dalam perspektif semiotika sosial.

B. Landasan Teori

1. Konstruksi Realitas Sosial

Sebuah realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial memiliki makna ketika realitas dikonstruksi dan dimaknai secara subyektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengonstruksi realitas sosial dan mengonstruksikannya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subyektifitas individu lain dalam institusi sosialnya⁷.

Maka dari itu realitas didefinisikan sebagai hasil dari konstruksi sosial dalam proses komunikasi tertentu. Membahas tentang teori konstruksi sosial (*social construction*), tentu tidak lepas perannya dari teoritik yang dikemukakan oleh Peter L. Barger dan Thomas Luckman. Berawal dari istilah konstruktivisme, konstruksi realitas sosial terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Barger dan Thomas Luckman pada tahun 1966 melalui bukunya “*the social construction of reality: A tretise in the sociological*

⁷ Bungin, 2008 : 12

of knowledge” menjelaskan bahwa realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektifitas, dan internalisasi⁸.

Dari segi media, pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerja media yang mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilinya⁹.

Menurut Tuchman (1980) pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi media adalah realitas yang telah di konstruksikan (*constructed reality*). Pembuatan berita di media pada dasarnya tak lebih dari penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah “cerita”¹⁰.

Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Dalam media massa keberadaan bahasa tidak lagi sebagai alat semata untuk menggambarkan sebuah relitas melainkan bisa menentukan gambaran yang akan muncul di benak khalayak. Menurut DeFleur (1989) ada berbagai cara media massa mempengaruhi bahasa dan makna, antara lain mengembangkan kata-kata baru beserta makna, memperluas dan modifikasi pembendaharaan kata, dan akhirnya mengubah dan mengembangkan percakapan bahasa¹¹.

Salah satu aplikasi media baru yang sedang diminati di dunia terutama di Indonesia yaitu twitter. Media twitter menjadi salah satu wadah penyebaran informasi yang banyak diikuti oleh masyarakat dunia

⁸Alex Sobur, *Analisis Teks Media (Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, Dan Analisis Framing)*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 2002, hal. 91

⁹Ibid, hal 88

¹⁰ Tuchman dalam *Ibid*

¹¹ DeFleur dalam *Ibid*

maupun Indonesia. Salah satu contohnya adalah hadirnya akun twitter @ID_AyahASI, yang merupakan akun twitter yang fenomena dengan ayah peduli ASI di Indonesia. Informasi-informasi yang disebarakan merupakan hasil dari konstruksi sosial, berbeda dengan media lama yang isinya sudah ditentukan dan diatur terlebih dahulu oleh pelibat-pelibat didalamnya sebelum di konsumsi oleh masyarakat.

Para ayah yang membentuk komunitas ini lebih memberikan informasi ringan dan mudah di cerna oleh para pengikutnya.

2. Gender Dan Budaya Patriarki

Ketidaksetaraan gender membuat kaum perempuan tidak mampu terlibat secara leluasa dalam pengambilan keputusan di segala bidang termasuk yang berkaitan dengan penentuan arah kehidupan perempuan itu sendiri. Perempuan merupakan sosok penting dalam pengasuhan anak. Bahkan tugas tersebut seolah sebagai kewajiban yang menjadi tanggung jawab perempuan dalam rumah tangga. Tugas pengasuhan anak sebenarnya dapat dilakukan oleh laki-laki maupun perempuan, namun konstruksi sosial budaya seolah menjadi kewajiban perempuan sebagaimana tugas hamil, melahirkan dan menyusui¹².

Telah diketahui bahwa ketidaksetaraan gender telah membentuk pola pikir sikap dan perilaku terhadap perempuan. Perempuan cenderung terpinggirkan sehingga tidak mempunyai kesempatan untuk mengembangkan diri

Sam hal nya dengan gender, budaya patriarki memiliki cara pandang yang sifatnya klasik dalam melihat eksistensi kaum perempuan, dimana peran laki-laki lebih diutamakan ketimbang peran perempuan.

¹² Dikutip dari Hastuti (2004)

Akibatnya, lahir pola relasi yang tidak seimbang antara laki-laki dan perempuan dalam ranah sosial dan bahkan sama sekali tidak membawa dampak keberuntungan bagi kehidupan kaum perempuan, sebab budaya patriarki ini tidak hanya berhenti pada persoalan gagasan, melainkan juga telah berhasil mengkontruksikan sebuah kebijakan yang mana kebijakan tersebut berimbas pada persoalan ekonomi kaum perempuan¹³.

Namun munculnya kesetaraan gender telah mengubah pola pikir, sikap dan perilaku perempuan dan laki-laki. Munculnya kesetaraan gender adalah harapan masyarakat untuk meruntuhkan perbedaan gender dan budaya patriarki, walaupun belum sepenuhnya mampu untuk menggeser budaya yang sudah mengakar dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Kesetaraan gender mampu menggabungkan pola pikir, sikap dan perilaku perempuan dan laki-laki dalam bekerja sama dalam pembangunan kesehatan dan kecerdasan anak bangsa, seperti halnya dukungan ayah terhadap ibu untuk memberikan ASI kepada bayinya agar mengurangi kegagalan pemberian ASI di Indonesia yang ditandai dengan munculnya akun twitter @ID_AyahASI.

3. Computer Mediated Communication (CMC)

Kehadiran media baru telah mengubah dunia komunikasi manusia. Komunikasi Indonesia banyak mengalami perubahan. Konstruksi realitas sosial sangat berperan dalam tahap perkembangan media baru yang ditandai dengan kemunculan Computer Mediated Communication (CMC). Kemunculan Computer Mediated Communication (CMC) memberi warna tersendiri dalam komunikasi Indonesia.

¹³ Diunduh dari <http://suaibprawono.blogspot.com>.2012, pada 16 Februari 2014.

Menurut A.F Wood dan M.J Smith *compute mediated communication* adalah segala bentuk komunikasi antara individu dan komunikasi individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui komputer dalam suatu jaringan internet dan mempelajari perilaku manusia yang dibentuk atau diubah melalui pertukaran informasi menggunakan media komputer¹⁴.

Teori kekayaan media mengklasifikasikan setiap media komunikasi sesuai dengan kompleksitas pesan yang dapat ditangani secara efisien. Misalnya komunikasi tatap muka banyak memberikan isyarat verbal dan non verbal yang dapat menyampaikan emosi yang sangat bernuansa, dan bahkan memberikan makna ganda. Sebaliknya, CMC (*computer mediated communication*) hanya dapat bertransaksi bisnis sehari-hari, tetapi tidak untuk menegosiasi mengenai hubungan sosial¹⁵.

Komunikasi tatap muka dilakukan untuk mengetahui efek perubahan tingkah laku dari komunikannya. Keuntungan menggunakan komunikasi interpersonal tatap muka adalah komunikator dapat melihat umpan balik komunikan saat melakukan proses interaksi. Hal ini terjadi dalam penetrasi sosial, dimana hubungan antara orang di mulai pada tahap superficial dan bergerak pada sebuah kontinum menuju ketahapan yang lebih intim. Tahap selanjutnya adalah prediktabilitas secara khusus, para teoritikus penetrasi sosial berpendapat bahwa hubungan-hubungan perkembangan secara sistematis dan dapat di prediksi . Asumsi terakhir yang menyatakan bahwa pembukaan diri adalah inti dari perkembangan hubungan . Pembukaan diri (*self- disclosure*) dapat secara umum di

¹⁴Diunduh dari <http://olysilalahi.wordpress.com.2010>, pada tanggal 13 Februari 2014.

¹⁵EM Griffin, *A First Look At Communication Theory*, New York : Mc Graw-Hill 2006, hal 58

definisikan sebagai proses pembukaan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain yang memiliki tujuan¹⁶.

Menurut Altman dan Taylor hubungan yang tidak intim bergerak menuju hubungan yang intim karena adanya keterbukaan diri¹⁷.

Walther menjelaskan bahwa kebutuhan manusia akan hubungan sama aktif ketika orang berkomunikasi secara online seperti komunikasi tatap muka. Tetapi komunikasi di media computer menghilangkan isyarat nonverbal. Pengguna CMC hanya bergantung pada teks pesan untuk menyampaikan informasi sosial yang sama¹⁸.

Kurangnya isyarat konteks sosial dalam komunikasi online, mengklaim bahwa pengguna CMC tidak memiliki petunjuk mengenai status hubungan, dan norma-norma interaksi yang jelas.

Seiring dengan perkembangannya, CMC memiliki sistem yang mendukung operasional komunikasi, seperti halnya komunikasi tatap muka (*face to face*), yang mana pesannya dapat disampaikan secara verbal dan non verbal, demikian pula komunikasi yang dilakukan di internet dapat melakukan hal yang sama¹⁹.

Dengan adanya intensitas waktu yang bertambah aspek interpersonal semakin berkurang, sebaliknya peserta komunikasi saling bertukar pesan lebih banyak. Ini memperlihatkan peserta komunikasi di CMC dapat mengembangkan dan mengarahkan hubungan positif dan menciptakan interaksi sosial yang baik di antara mereka. Semakin luasnya

¹⁶ West dan Turner, 2012 hal. 199.

¹⁷ *Ibid*

¹⁸ EM Griffin, Op.cit

¹⁹ Diunduh dari <http://belajarcmc.blogspot.com>.2009 pada 19 Februari 2014.

proses interaksi dalam CMC terbentuk dengan kemunculan proses informasi sosial yang diperkenalkan oleh Joseph Walther.

4. Teori Proses Informasi Sosial

Pada awal terbentuknya *computer mediated communication* hubungan yang terjadi melalui media komputer di anggap tidak mungkin karena hanya menyediakan satu saluran untuk berinteraksi, yaitu teks (verbal). Format *computer mediated communication* di anggap sebagai alat berinteraksi yang kurang berguna untuk mengejar tujuan-tujuan sosial karena memiliki sedikit saluran untuk berinteraksi di bandingkan dengan komunikasi tatap muka²⁰.

Joseph Walther memperkenalkan *Social Information Processing* sebagai perspektif alternatif dalam memandang fenomena pengembangan hubungan dalam format komunikasi bermedia komputer. Proses informasi sosial menjelaskan bagaimana komunikator bertemu melalui komunikasi berbasis teks komputer mengembangkan kesan dan hubungan interpersonal. Teori proses informasi sosial mirip dengan teori penetrasi sosial, namun proses informasi sosial menggunakan isyarat verbal dan isyarat temporal sebagai pengaruh utama terhadap pembentukan hubungan. Teori ini menggunakan isyarat tersebut sebagai parameter dimana komunikasi dan teknologi dapat bergabung untuk menghasilkan hubungan impersonal, interpersonal dan hipersonal²¹.

²⁰ EM Griffin, Op.cit, hal. 139

²¹ Littlejohn dan Foss, *Teori Komunikasi*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika 2009, hal. 897

Social information processing tidak membantah bahwa alat yang dimediasi komputer membantasi jumlah insyarat non-verbal yang tersedia bagi komunikator. Teori ini justru menyarankan bahwa komunikator beradaptasi dengan setiap pembatasan terhadap mereka oleh media. Teori ini menyatakan bahwa pesan-pesan yang diketik setara dengan saluran verbal dalam tatap muka (*face to face*), sehingga menolak klaim bahwa alat yang dimediasi komputer kurang berguna untuk pembentukan kesan dan hubungan interpersonal, karena komunikator harus bergantung pada pesan yang diketik sebagai saluran utama mereka. Isyarat verbal yang dikandungnya adalah pengaruh kuat terhadap pembentukan kesan dan hubungan interpersonal berikutnya²².

Namun, menurut banyak studi, kehati-hatian komunikasi diantara pengguna internet dibatasi hanya untuk periode awal dari sebuah hubungan CMC. Studi yang dikembangkan untuk melihat banyaknya waktu yang digunakan untuk berkomunikasi ternyata seiring dengan intensitas waktu yang bertambah, dan aspek impersonal semakin berkurang, sebaliknya para peserta komunikasi saling bertukar pesan secara lebih banyak²³.

Ini memperlihatkan peserta komunikasi di CMC dapat mengembangkan dan mengarahkan hubungan positif dan menciptakan interaksi sosial yang baik di antara mereka. *Computer mediated communication* yang mulai berkembang memunculkan banyak media komunikasi dalam

²²Krisna Adriyanto, *Teori Komunikasi: Social Information Processing* (online), 2013. Diunduh dari <http://mysteriouxboyz90.blogspot.com> pada tanggal 28 April 2014.

²³ Maryani. *Berkomunikasi Melalui bermedia Komputer* (online), 2009. Diunduh dari <http://belajarcmc.blogspot.com> pada tanggal 27 April 2014

media online diantaranya frendster, yahoo masseger, fecebook, twitter dan lain-lain.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif – kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika sosial. Sebagai penelitian deskriptif, penelitian ini hanya memaparkan situasi atau wacana, tidak mencari hubungan, tidak mencari hipotesis atau sebuah prediksi. Metode kualitatif yang memfokuskan pada teks serta pemahaman dan interpretasi kode dengan rujukan, acuan, dan referensi – referensi ilmiah. Penelitian ini menggunakan dua data, yaitu : data primer dan data sekunder. Data primer dari penelitian ini adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari observasi yang telah dilakukan terlebih dahulu dengan cara mengamati teks dalam “Akun Twitter @ID_AyahASI dengan #ASIsedikit dan #simpanASI. Data sekunder dalam penelitian ini dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku pustaka, jurnal ilmiah dan materi yang ada di website yang berkaitan dengan subyek penelitian sebagai pendukung.

Teknik analisis data yang digunakan adalah melalui pengelompokkan dan pengolahan sesuai dengan korpus data yakni data yang layak dan mewakili. Selanjutnya menteks kan tanda – tanda yang ada pada akun twitter @ID_AyahASI dengan #asisedikit dan #simpanasi tersebut. Kemudian menganalisis konteks situasi yang meliputi : medan wacana, pelibat wacana, dan modus wacana, serta menganalisis aspek register dalam akun twitter @ID_AyahASI. Kemudian dari analisa tersebut disimpulkan dalam sebuah kesimpulan.

D. HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

ASI merupakan cairan yang paling berharga bagi tumbuh kembang bayi. Pemberian ASI kepada bayi sangat di anjurkan oleh

lembaga kesehatan dunia (WHO). Pada awalnya Badan Kesehatan Dunia (WHO) mengajurkan pemberian ASI eksklusif selama 3 bulan dan mengubahnya menjadi 6 bulan. Perubahan yang terjadi setelah lembaga kesehatan dunia mempelajari berbagai penelitian dengan membandingkan bayi yang diberikan ASI eksklusif selama 3 bulan dengan lama pemberian selama 6 bulan.

Pemberian ASI selama 6 bulan dapat mengurangi kesakitan bayi akibat dari infeksi pencernaan, jadi mitos yang mengatakan bahwa ASI dapat menyebabkan diare pada bayi merupakan suatu pernyataan yang sangat salah.

Banyaknya manfaat yang terkandung dalam ASI belum mampu menyadarkan ibu untuk memberikan ASI eksklusif untuk bayinya. dengan bangga ibu memberikan susu formula dan makan pendamping ASI sedini mungkin. Hal ini dapat dilihat dari penelitian Agus Sartono dan Hanik Utaminingrum pada tahun 2010, menunjukkan bahwa dari 62 orang ibu menyusui yang diteliti, hanya 9 ibu atau sekitar 14,5 % yang menyusui eksklusif, sedangkan yang lain menyusui tidak eksklusif atau bahkan tidak menyusui. Sebesar ibu atau sekitar 74,2%. Tingginya angka ibu-ibu yang tidak menyusui bayinya menunjukan kegagalan bagi pembangunan dalam perkembangan dan pertumbuhan emosional dan intelektual anak Indonesia.

Usaha untuk memajukan pemberian ASI kepada bayi di Indonesia terus dilakukan, baik dari pemerintah maupun masyarakat yang peduli terhadap pemberian ASI di Indonesia.

Kepedulian pemerintah indonesia terhadap kemajuan pemberian ASI di Indonesia di tunjukan dengan hadirnya iklan layanan sosial di media televisi tentang ASI. hal ini dapat dilihat dari penelitian yang

dilakukan Dian Permatasari pada tahun 2008. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui isi pesan dalam iklan tersebut tersampaikan dan dapat menyadarkan masyarakat Indonesia terutama kaum ibu dalam memberikan ASI secara eksklusif untuk bayinya. Hasil penelitian menyatakan bahwa isi pesan dalam iklan layanan sosial sudah cukup tersampaikan, namun belum mampu untuk menyadarkan ibu tentang pentingnya pemberian ASI.

Selain usaha untuk memajukan pemberian ASI, faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan pemberian ASI di Indonesia menjadi perhatian penting bagi pemerintah dan masyarakat peduli ASI. Hal ini ditunjukkan oleh Agus Sartono dan Hanik Utaminirum pada penelitian tahun 2010 yang menemukan fakta bahwa sebagian besar atau 74,2% ibu memiliki pengetahuan yang kurang tentang ASI eksklusif, dan hanya 11,3% ibu yang memiliki pengetahuan yang baik tentang ASI eksklusif, serta 14 orang suami atau sekitar 22,6% mendukung sepenuhnya kepada ibu untuk menyusui bayinya.

Jadi faktor yang utama terjadinya kegagalan ASI adalah kurangnya pemahaman ibu tentang pemberian ASI, serta kurangnya dukungan suami terhadap keberhasilan pemberian ASI kepada bayi. Masalah-masalah yang timbul dari kurangnya pemahaman seorang wanita atau ibu serta kurangnya dukungan dari keluarga terutama suami tidak lepas dari bangsa kita yang masih menganut budaya patriarki. Cara pandang patriarki masih bersifat klasik dalam melihat eksistensi kaum perempuan, dimana kaum perempuan hanya bertugas dalam sektor rumah tangga yaitu melahirkan, menyusui, dan mengasuh anak.

Munculnya kesetaraan gender mampu menggeser pemikiran Budaya patriarki walaupun belum sepenuhnya merata di seluruh

Indonesia. kesetaraan genderlah yang telah merubah pola pikir dan sikap laki-laki terhadap perempuan., dengan sama-sama berjalan dalam pembangunan kesehatan dan kecedasan anak bangsa.

Kegagalan pemberian ASI yang di akibatkan dari kurangnya pemahaman seorang wanita atau ibu serta kurangnya dukungan dari keluarga terutama suami yang menyebabkan 8 orang laki-laki membentuk komunitas yang bernama Ayah ASI dalam media twitter. Media twitter Adalah salah satu media baru yang digemari di dunia terutama di Indonesia. Konstruksi realitas sosial sangat berperan dalam tahap perkembangan media baru yang di tandai dengan kemunculan *Computer Mediated Communication* (CMC). Kemunculan *Computer Mediated Communication* (CMC) memberi warna tersendiri dalam interaksi sosial yang di lakukan masyarakat Indonesia. Sebelum kemunculan Computer Mediated Communication atau komunikasi bermedia komputer interaksi sosial dapat terjadi apabila adanya kontak sosial dan komunikasi. Kontak sosial secara harfiah berarti sama-sama menyentuh, Namun kemunculan *Computer Mediated Communication* merubah pandangan tentang interaksi sosial yang dapat dilakukan dengan adanya kontak sosial. Melalui CMC lahir beberapa media komunikasi baru dengan menggunakan internet yang memungkinkan penggunaanya untuk melakukan interaksi tanpa harus bersentuhan, di antaranya yang paling populer sekarang adalah jejaring sosial twitter.

Dari media twitter ini lah komunitas Ayah ASI menyebarkan informasi dengan *tweet-tweet* singkat nya. Tweet adalah sebutan untuk pesan yang di *up date* oleh para pengguna twitter. Para pengguna hanya bisa meng *up date* Pesan singkat di karenakan keterbatasan karakter huruf di twitter. melalui media twitter Ayah ASI menyampaikan informasi

mengenai hal-hal seputar ASI dengan memberikan solusi atau pemahaman untuk mengurangi kegagalan pemberian ASI di Indonesia

Peran media pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Informasi-informasi yang didapatkan merupakan hasil dari realitas sosial. Jadi kegagalan ASI dan faktor penyebabnya merupakan realitas sosial yang harus di bahas oleh Ayah ASI melalui akun twitter nya @ID_AyahASI.

akun twitternya @ID_AyahASI merupakan media komunikasi dan informasi. Dengan menggunakan pesan-pesan yang sederhana dan santai tanpa harus melalui proses editing sebelum di konsumsi publik, dengan gaya bahasa para ayah yang ringan mampu menyadarkan ayah dan ibu tentang manfaat ASI.

Pernyataan-pernyataan di atas diperkuat dengan penemuan dari segi konteks situasi yang meliputi : medan wacana, pelibat wacana dan modus wacana serta penemuan pada kategori Register dalam ASI sedikit dan simpan ASI di akun twitter @ID_AyahASI.

1. Temua Dalam Konteks Situasi yang Meliputi Medan Wacana, Pelibat Wacana, Modus Wacana

- medan wacana

#ASI sedikit



Kegagalan pemberian ASI di Indonesia menjadi masalah besar yang sampai sekarang belum dapat di atasi oleh pemerintah. Kurang nya dukungan dari orang terdekat yaitu suami serta kurang nya pemahaman mengenai cara menyusui merupakan fakta yang terjadi di tengah-tengah kehidupan ibu Indonesia yang menyusui. Dua faktor yang menyebabkan kegagalan pemberian ASI menjadi perhatian penting bagi masyarakat pada saat ini dengan munculnya beberapa komunitas peduli ASI, namun yang paling fenomenal di indonesia adalah komunitas Ayah Peduli ASI melalui jejaring sosial twitter.

Kegagalan pemberian ASI terus di bahas oleh masyarakat peduli ASI di Indonesia termasuk komunitas Ayah ASI. hal ini terlihat dari salah satu tema yang di angkat dalam akun nya yaitu ASI sedikit dengan menggunakan simbol “#” yang disandingkan dengan tulisan ASI sedikit pada setiap *tweet* nya yang menanda kan bahwa *tweet* tersebut masuk dalam tema ASI sedikit. Dalam tema ASI sedikit Ayah ASI menginformasikan mengenai mitos-mitos yang menghambat keluarnya ASI, rangsangan, dan hormon oksitosin. Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan atau pemahaman seorang ibu serta dukungan suami menjadi faktor terpenting dalam keberhasilan pemberian ASI.

#Simpan ASI



Cara penyimpanan ASI dengan benar menjadi salah satu tema yang di angkat Ayah ASI dalam akun nya. Dengan menyelipkan simbol

“#” pada tulisan simpan ASI di setiap *tweet* nya yang menanda kan bahwa *tweet* tersebut masuk dalam tema simpan ASI .

Tweet-tweet Ayah ASI dalam akun nya yang bertemakan simpan ASI meliputi informasi-informasi mengenai cara penyimpanan ASI perah dan wadah yang terbaik untuk menyimpan ASI perah .

- pelibat wacana

Temuan kedua yang diperoleh peneliti dalam dua tema pada tahap pelibat wacana. status dalam konteks sosial atau kedudukan sosial seseorang dalam kelompok masyarakat menjadi sebuah pengukur untuk mengetahui penyebab kegagalan pemberian ASI dan keberhasilan penerimaan pesan atau informasi yang disampaikan Ayah ASI dalam proses menuju keberhasilan pemberian ASI untuk bayi di indonesia. Para pengikut yang ikut serta dalam pesan yang disampaikan komunitas Ayah ASI dengan dua tema yaitu ASI sedikit dan simpan ASI rata-rata saling mengenal satu sama lainnya melalui akun twitter Ayah ASI yang kemudian berkembang dan saling berbagi pengalaman mengenai masalah-masalah tentang ASI dan berlanjut kepada seminar-seminar yang di adakan komunitas Ayah ASI. peran serta status sosial para ayah dan ibu muda ini rata-rata adalah pekerja, ibu rumah tangga dan mahasiswa.

- modus wacana

Jejaring sosial twitter di pilih Ayah ASI sebagai saluran informasi untuk menyampaikan pesan-pesan kepada para pengikutnya (*followers*). Ayah ASI Menggunakan bahasa tulisan pada pesan-pesan dalam tema ASI sedikit dan simpan ASI, dengan teks-teks yang pendek dan tidak menggunakan gambar dalam *tweet-tweet* nya serta tidak adanya pesan suara

sebagai pendukung pesan yang di sampaikan Ayah ASI untuk para *flowers* nya.

2.Temuan Dalam Kategori Register

Dalam kategori register yang diperoleh peneliti dalam dua tema yaitu ASI sedikit dan simpan ASI peneliti menemukan akun twitter Ayah ASI menggunakan gaya bahasa non formal yang biasa di gunakan oleh masyarakat Indonesia pada kesehariannya. Bahasa non formal menjadi pilihan Ayah ASI agar lebih memudahkan para pengikutnya menerima pesan yang di sampaikan Ayah ASI dalam akun twitternya. Bahasa non formal mampu memberikan pemahaman kepada para ayah dan ibu mengenai ASI, hal ini di tunjukan dengan adanya respon-respon positif yaitu berupa umpan balik dari para *flowers* dan menyebarkan kembali pesan yang di sampaikan oleh Ayah ASI.

E. SIMPULAN

Dari hasil analisis, peneliti menemukan bahwa teks-teks yang ada di dalam akun twitter @ID_AyahASI, komunitas Ayah ASI membangun pengetahuan kepada para ayah dan ibu Indonesia yang masih menganut paradigma lama tentang hal-hal yang berkaitan dengan ASI yang membuktikan kurangnya pemahaman ibu serta dukungan Ayah. Akun twitter Ayah ASI mengubah pandangan para ibu dan Ayah mengenai pentingnya pemberian ASI kepada bayi serta besarnya peranan ayah dalam kelancaran pemberian ASI.

Saat kegagalan pemberian ASI yang semakin tinggi, komunitas Ayah ASI melalui akun twitternya muncul sebagai komunitas peduli ASI yang menawarkan pemberian informasi seputar ASI kepada para ayah dan ibu di Indonesia. Di sini, Ayah ASI merubah pemahaman para ayah dan

ibu yang masih rendah terhadap manfaat ASI yang sangat besar pada bayi dan tentunya juga untuk ibu.

Sebuah harapan di bangun untuk kemajuan pemberian ASI di Indonesia. Ayah ASI memberikan harapan kepada para ibu untuk tetap semangat dalam memberikan ASI kepada bayinya walaupun ASI yang keluar sangat sedikit. Banyak cara yang dilakukan ibu dalam memberikan cakupan ASI untuk bayinya salah satunya yaitu memerah ASI. kendala terbesar saat melakukan roses memerah ASI adalah hasil perah yang sedikit serta penyimpana ASI yang sudah di perah. Ayah ASI menjawab masalah ibu dalam akun twitternya @ID_AyahASI.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahira, Anne. 2012. Keunggulan Twitter. (online). Tersedia di <http://www.anneahira.com>. (14 Januari 2014) .
- Adriyanto, Krisna.2013.*Teori Komunikasi: Social Information Processing* (online). Tersedia di <http://mysteriouxboyz90.blogspot.com>. (28 April 2014).
- Griffin, EM.2006. *A First Look At Communication Theory*. New York : Mc Graw-Hill
- Kompas.2011.*Rendahnya Jumlah Bayi yang Mendapatkan ASI*. (Kompas News) [online]. Tersedia di <http://health.kompas.com>. (1 Desember 2013)
- ,2012. *Cara Ayah ASI Mendukung Ibu Menyusui*. (online). Tersedia di <http://female.kompas.com>. (4 Desember 2013)
- Littlejohn, Stephen W & Karen A.Foss.2009. *Teori Komunikasi*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Maryani.2009.*Berkomunikasi Melalui bermedia Komputer* (online).Tersedia di <http://belajarcmc.blogspot.com>. (27 April 2014)
- Noormagazine. 2013. *Ayah Hebat Peduli ASI*.(Majalah online). Tersedia di <http://www.noor-magazine.com>. (2 Desember 2013)
- Prawono,Suaib.2012.*Gender dan Patriarki* (online). Tersedia di <http://suaibprawono.blogspot.com>. (23 Maret 2014)
- Roesli,Utami.2000. *Mengenal ASI Eksklusif*. Jakarta : PT. Niaga Swadaya
- Santoso, Riyadi.2003. *Semiotika sosial*. Surabaya : Pustaka Eureka

- Sartono, Agus & Utaminingrum, Hanik. 2008. *Hubungan Pengetahuan Ibu, Pendidikan Ibu dan Dukungan Suami dengan Praktek Pemberian Asi Eksklusif di Kelurahan Muktiharjo Kidul Kecamatan Telogosari Kota Semarang*. Skripsi diterbitkan. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media (Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, Dan Analisis Framing)*. Bandung : Remaja Rosdakarya.