

PENGARUH PESAN DAN MEDIA KOMUNIKASI PROGRAM ASI DINAS KESEHATAN KOTA TERNATE TERHADAP PERILAKU PARA IBU (STUDI KASUS PADA IBU BERKARIR DAN TIDAK BERKARIR)

DEDEN JAELANI

Mahasiswa S2 Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina
e-mail : deden.jaelani@students.paramadina.ac.id

ABSTRAK

Pentingnya pesan dan media komunikasi akan program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap para ibu berkarir dan tidak berkarir di Kota Ternate tentunya akan berefek kepada tingkat risiko kematian bayi di Kota Ternate. Tujuan: Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pesan dan media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir. Metode: jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus melalui pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebesar 21.869. Pada penelitian ini, jumlah sampel yang diambil yaitu 100 responden. dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang mempunyai arti yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Hasil: koefisien determinasi didapatkan hasil nilai R Square pengaruh pesan dan media komunikasi secara simultan terhadap perilaku ibu berkarir sebesar 37,80%, dan nilai R Square sebesar pengaruh pesan dan media komunikasi secara simultan terhadap perilaku ibu tidak berkarir sebesar 51,10%. Kesimpulan: terdapat pengaruh yang signifikan dari pesan dan media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir, untuk yang paling berpengaruh yaitu nilai signifikan ibu tidak berkarir.

Keywords: *Pesan Komunikasi, Media Komunikasi, Perilaku, Ibu.*

1. PENDAHULUAN

Dikarunia anak perempuan dan laki-laki yang dimana istri dari penulis memberikan Air Susu Ibu secara normal kepada anaknya selama dua tahun yang melatarbelakangi penulis ingin meneliti terkait program Air Susu Ibu khususnya di Kota Ternate dikarenakan sedang menjalankan kedinasan pekerjaan dan ketertarikan bagaimana pesan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Ternate perihal program Air Susu Ibu.

Selain itu dari sisi rata-rata program Air Susu Ibu di Indonesia kurang dari dua bulan yang dimana terdapat hambatan yang terjadi diantaranya pengetahuan seorang ibu mengenai manfaat dari Air Susu Ibu masih kurang, masih minimnya ruang menyusui sekaligus konsultasi ditambah perbedaan pandangan di setiap daerah, salah satunya yaitu penentangan pemberian Air Susu Ibu, selain itu bagi seorang ibu yang berkarir kurang memadai dari sisi

waktu untuk memberikan Air Susu Ibu pada bayinya, tidak adanya tempat menyusui atau ruang laktasi pada tempat bekerja, dan hambatan lain dari produk susu formula yang semakin banyak akan menurunkan tingkat pemberian Air Susu Ibu.

Indonesia tentunya memiliki berbagai program sosial terkhusus pada bidang kesehatan ibu dan anak yaitu salah satunya program Air Susu Ibu. Angka kematian bayi merupakan tolak ukur kesehatan terkhusus pada lingkungan masyarakat. Indikator keberhasilan *Sustainable Development Goals* mempunyai enam poin penting, yakni Air Susu Ibu ditingkatkan, asupan makanan dan nutrisi pada ibu hamil dan anak, menurunkan angka balita pendek, serta penderita anemia pada ibu hamil, kekurangan energi, dan angka balita yang mengalami penurunan berat badan (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016).

Setiap individu dengan individu lainnya pasti membutuhkan informasi untuk saling berkomunikasi. Harold Lasswell "*The Structure and Function of Communication in Society*" dalam Effendy (2005) bahwa cara yang paling terbaik untuk menjelaskan sebuah komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut: "*Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya*". Suatu pesan akan bermakna bilamana bisa tersampaikan dengan baik kepada penerimanya

melalui penyampaian *verbal* dan *non verbal* (Cangara, 2006).

Dalam hal penyampaian pesan tentunya menggunakan suatu prinsip secara komersial untuk menerima, menolak, modifikasi demi memberi keuntungan secara individu, kelompok maupun lingkungan masyarakat secara keseluruhan yang dimana memiliki tujuan utama sebagai berikut (Kotler dan Armstrong, 2001):

- 1) Tujuan perilaku yang dimana pemasar harus memiliki rencana dan sasaran perilaku yang ingin dicapai target oleh yang menerimanya.
- 2) Tujuan pengetahuan yakni lebih kepada suatu data statistik, fakta serta informasi yang tentunya mampu membuat target yang menerimanya menjadi termotivasi.
- 3) Tujuan keyakinan yakni dimana berhubungan dengan suatu sikap, pendapat, perasaan, dan suatu nilai yang dimiliki oleh target dengan memiliki suatu anggapan ada yang tidak ada saat tidak melakukan perilaku itu.

Dalam hal pencegahan kematian bayi baru lahir yaitu dengan pemberian Air Susu Ibu karena program ini merupakan makanan terbaik dan alamiah bagi bayi yang tentunya menjadi penentu terkait kebutuhan bagi para bayi selama enam bulan,

selain itu Air Susu Ibu ini mengandung protein bagi para bayi di Indonesia. Program menyusui dengan kasih sayang dari ibu kepada anaknya akan mempererat ikatan batin keduanya ditambahkan dengan para ibu untuk menyusui para bayinya yang dimana puting susu yang diminum dengan cara bayi menghisapnya dari ibunya, biarpun hanya sedikit (Sistem Informasi Rujukan Statistik Badan Pusat Statistika, 2012). Merujuk Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2012 Tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif memiliki tujuan sebagai jaminan untuk pemenuhan terhadap bayi sejak dilahirkan sampai dengan berusia enam bulan dengan memberikan perlindungan kepada ibu dalam memberikan Air Susu Ibu Eksklusif kepada bayinya, meningkatkan peran dan dukungan dari keluarga, masyarakat, pemerintah daerah terhadap Air Susu Ibu Eksklusif.

Penentu pemberian Air Susu Ibu yaitu dari para ibu baik yang statusnya berkarir maupun tidak berkarir. Data Badan Pusat Statistika (2021) menunjukkan persentase tenaga kerja formal menurut jenis kelamin yaitu perempuan 39,19% (2019), 34,65% (2020) dan 36,20% (2021) dengan kondisi para ibu cuti hamil atau pada saat melahirkan para bayinya yang akan mengakibatkan tidak sempurnanya pemberian Air Susu Ibu

pada anaknya serta Provinsi Maluku Utara menunjukkan angka capaian 64,36% (2019), 62,41% (2020) dan 66,00% (2021) dalam hal bayi yang mendapatkan Air Susu Ibu (Survei Angkatan Kerja Nasional Badan Pusat Statistika, 2021). Adanya informasi mengenai susu formula dan pemberian makanan serta minuman secara awal kepada yang menjadi pemicu permasalahan terkait pemberian Air Susu Ibu. Data tahun 2021 di Provinsi Maluku Utara diantaranya berat lahir rendah sebesar 20%, Air Susu Ibu Eksklusif sebesar 44% sama dengan angka rata-rata nasional, stunting pada anak sebesar 41% dan berat badan berlebih pada anak sebesar 7% (www.unicef.org, 2021).

Dalam hal program Air Susu Ibu dalam gerakan masyarakat bagian kesatu peran masyarakat pasal 4 huruf b terkait peningkatan perilaku hidup sehat nomor 2 menyebutkan memberi bayi Air Susu Ibu Eksklusif sampai dengan usia 6 (enam) bulan, selain itu pada poin c terkait penyediaan pangan sehat dan percepatan gizi nomor 2 terkait percepatan perbaikan gizi difokuskan pada masa 1.000 hari pertama kehidupan (1.000 HPK) dengan mengikuti program perbaikan gizi masyarakat huruf f yaitu edukasi tentang Air Susu Ibu (ASI) Eksklusif dan pemberian makanan bagi bayi dan anak dan bagian kedua peran pemerintah pasal 5 huruf a terkait Dinas Kesehatan Kota Ternate

melaksanakan gerakan masyarakat melalui upaya pada poin 3 yaitu meningkatkan pendidikan mengenai gizi seimbang dan pemberian Air Susu Ibu (ASI) Eksklusif (Peraturan Walikota Ternate Nomor 12 tahun 2021).

Tujuan dari penelitian untuk menganalisis terkhusus Provinsi Maluku Utara terutama Kota Ternate dalam pesan komunikasi program Air Susu Ibu terhadap perilaku. Angka kematian pada kasus kematian balita tingkat Kabupaten dan Kota di Provinsi Maluku pada tahun 2019 yaitu terdapat 11 kasus pada Kabupaten Pulau Morotai, Kabupaten Halmahera Barat sebanyak 9 kasus, setelah itu Kabupaten Halmahera Tengah dan Kabupaten Halmahera Selatan sebanyak 7 kasus, Kabupaten Halmahera Utara dan Kota Tidore Kepulauan sebanyak 5 kasus, Kabupaten Pulau Taliabu sebanyak 2 kasus, serta hanya terdapat 1 kasus pada Kabupaten Kepulauan Sula, Kabupaten Halmahera Timur, dan Kota Ternate (Bidang Kesehatan Masyarakat Provinsi Maluku Utara, 2020).

Terkait jangkauan bayi yang mendapat inisiasi menyusui dini Provinsi Maluku Utara memperoleh 88,1%. Selain itu cakupan bayi mendapat Air Susu Ibu Eksklusif menurut provinsi tahun 2020 didapatkan Provinsi Maluku Utara memperoleh 69,0% (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2021).

Pentingnya akan program Air Susu Ibu, selain dukungan pemerintah banyak bermunculan dukungan organisasi maupun komunitas yang dapat meningkatkan pengetahuan seputar Air Susu Ibu, menumbuhkan motivasi dan mengubah pola pikir diantaranya yaitu Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia (AIMI), Tambah ASI Tambah Cinta, dan *Room For Children*.

Selain itu pentingnya gerakan perihal program Air Susu Ibu terkhusus di Kota Ternate dikarenakan hanya terbatas masyarakat akan tahu terkait Air Susu Ibu dan perlunya Dinas Kesehatan Kota Ternate selalu edukasi dan sosialisasi pemberian Air Susu Ibu agar meratanya kebutuhan bayi akan Air Susu Ibu, karena selama ini yang dirasakan masyarakat masih dengan budaya dan kebiasaan yang lama dan optimalisasi pesan komunikasi akan pemberian Air Susu Ibu baik dari media sosial maupun media cetak serta dari spanduk yang ada di Kota Ternate sangat minim.

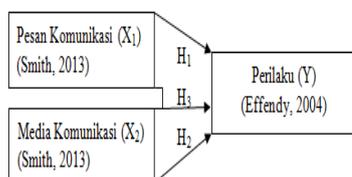
Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pesan komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate

terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pesan dan media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir.

Kerangka pemikiran sebagai berikut:



Sumber: Olahan Peneliti 2022

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- a. H₀: Tidak ada pengaruh yang signifikan dari pesan komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir.
H₁: Ada pengaruh yang signifikan dari pesan komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir.
- b. H₀: Tidak ada pengaruh yang signifikan dari media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota

Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir.

H₂: Ada pengaruh yang signifikan dari media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir.

- c. H₀: Tidak ada pengaruh yang signifikan dari pesan dan media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir
H₃: Ada pengaruh yang signifikan dari pesan dan media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus melalui pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Selain itu, menurut Creswell (2014) bahwa suatu penelitian kuantitatif dilaksanakan guna untuk melakukan pengujian atas konsep teori objektif

dengan cara mengevaluasi keterikatan diantara variabel yang bisa ditakar yang pada umumnya menggunakan perangkat berupa data bernomor sehingga bisa dianalisa menggunakan prosedur statistik.

Populasi dalam penelitian ini sebesar 43.738 yang dimana dibagi 2 menjadi 21.869 berdasarkan proyeksi rumah tangga Kota Ternate karena nilai tersebut belum tentu semuanya memiliki anak makanya peneliti membagi 2 dari nilai awal (Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku Utara, 2021).

Pada penelitian ini, jumlah sampel yang diambil diketahui dengan memakai rumus Slovin, dengan menggunakan rumus Slovin peneliti dapat menentukan jumlah sampel dengan level ketepatan yang diharapkan. Berikut ini adalah rumus Slovin (Umar, 2008) sebagai berikut:

$$n = \frac{21.869}{1 + 21.869 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{21.869}{219,69}$$

$$n = 99,54$$

Hasil yang didapatkan yaitu 99,54 responden, dibulatkan menjadi 100 responden. Mengacu pada pemakaian rumus sampel tersebut dan dengan *error level* 10%, maka peneliti mengambil sampel sebesar 100 responden yang dimana dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan

teknik *purposive sampling* yang mempunyai arti yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 50 orang ibu berkarir dan 50 orang ibu tidak berkarir.

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, karena pengumpulan data yang dipakai yaitu sampel dipilih dari populasi yang anggota populasinya memiliki kriteria khusus terhadap sampel (Prasetyo dan Jannah, 2010). Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel didalam penelitian ini adalah para ibu berkarir dan tidak berkarir di Kota Ternate. Maka teknik pengumpulan data memakai tekni kuesioner, penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 orang terdiri 50 para ibu berkarir dan 50 ibu tidak berkarir di Kota Ternate dengan sebaran acak untuk mengetahui dari identitas para pengisi yang bervariasi.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yang mempunyai arti yaitu skala yang dipakai untuk menakar pandangan, opini, dan impresi seorang individu atau sekumpulan individu mengenai gejala sosial (Sugiyono, 2015).

Metode analisis dilakukan guna mengetahui korelasi diantara ketiga variabel, yakni dua variabel bebas (*independen*) yaitu pesan komunikasi (X_1) yang terdiri dari dimensi *clarity*

(kejelasan), *salience* (penggunaan kata penting), *power words* (kekuatan kata), dan *language* (bahasa) dan media komunikasi (X_2) yang terdiri dari dimensi *interpersonal communication*, *organizational media*, dan *advertising and promotional media*, serta satu variabel terikat (*dependen*) yaitu perilaku (Y) yang terdiri dari kognitif, afektif, dan konatif..

Rumusan regresi linier berganda yang peneliti gunakan yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Percent
20 tahun -30 tahun	43
31 tahun - 40 tahun	47
40 tahun keatas	10

Sumber : Olahan penelitian 2022

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Percent
SMA Setingkat	18
D3 Setingkat	18
S1	59
S2/S3	5

Sumber : Olahan penelitian 2022

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan status

Status	Percent
Ibu Berkarir	50
Ibu Tidak	50

Bekerja

Sumber : Olahan penelitian 2022

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Percent
Ibu Tidak Berkarir / Ibu Rumah Tangga	50
Wiraswasta/Jualan Online	8
Karyawan Swasta	10
Karyawan BUMN	15
PNS/TNI/Polri	17

Sumber : Olahan penelitian 2022

Uji validitas dilakukan terhadap data yang berasal dari 100 responden dimana 50 responden ibu berkarir dan 50 responden ibu tidak berkarir yang bertujuan untuk memperoleh gambaran kejelasan setiap butir pertanyaan dalam kuesioner didapatkan Hasil uji validitas. Dari hasil uji validitas didapatkan hasil r_{hitung} dari semua butir pertanyaan dari variabel pesan komunikasi, media komunikasi dan perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,2787 dengan tingkat signifikansi 5%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa setiap butir pertanyaan dalam setiap variabel dinyatakan valid atau dapat digunakan sebagai instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas ibu berkarir dan tidak berkarir menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha lebih dari

0,70 sehingga dapat dikatakan semua alat ukur tiap variabel adalah reliabel. Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot dan tabel. Data residual tersebar normal bila membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal yang dimana hasil uji menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi tersebut sudah terdistribusi secara normal. Heteroskedastisitas menguji ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidakberagaman dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *Scatter Plot*. Jika tidak terdapat variabel yang signifikan maka dapat disimpulkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas yang dimana hasil uji menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam regresi model ibu berkarir dan tidak berkarir.

Hubungan antara variabel pesan dan media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap Perilaku Ibu Berkarir yang dihitung berdasarkan koefisien korelasi. Hasil yang diperoleh dari tabel diatas adalah (1) Nilai Korelasi Pesan Kampanye (X1) dengan Sikap Antigratifikasi (Y) : 0,615, (2) Nilai

Korelasi Pesan Kampanye (X1) dengan Media Kampanye (X2) : 0,515, (3) Nilai Korelasi Media Kampanye (X2) dengan Sikap Antigratifikasi (Y) : 0,294

Berdasarkan hasil yang didapatkan mengenai korelasi antar variabel yang ada diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa: (1) Hubungan Pesan Komunikasi (X₁) dengan Perilaku (Y) pada ibu berkarir adalah 0.615 yang artinya mempunyai hubungan yang kuat. (2) Hubungan Pesan Komunikasi (X₁) dengan Media Komunikasi (X₂) pada ibu berkarir adalah 0.515 yang artinya mempunyai hubungan yang sedang. (3) Hubungan Media Komunikasi (X₂) dengan Perilaku (Y) pada ibu berkarir adalah 0.294 yang artinya mempunyai hubungan yang rendah.

Hubungan antara variabel pesan dan media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap Perilaku Ibu Tidak Berkarir yang dihitung berdasarkan koefisien korelasi. Hasil yang diperoleh dari tabel diatas adalah (1) Nilai Korelasi Pesan Kampanye (X1) dengan Sikap Antigratifikasi (Y) : 0,709 , (2) Nilai Korelasi Pesan Kampanye (X1) dengan Media Kampanye (X2) : 0,616, (3) Nilai Korelasi Media Kampanye (X2) dengan Sikap Antigratifikasi (Y) : 0,361

Berdasarkan hasil yang didapatkan mengenai korelasi antar variabel yang ada diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa: (1) Hubungan Pesan Komunikasi (X₁) dengan Perilaku (Y)

pada ibu tidak berkarir adalah 0.709 yang artinya mempunyai hubungan yang kuat. (2) Hubungan Pesan Komunikasi (X_1) dengan Media Komunikasi (X_2) pada ibu tidak berkarir adalah 0.616 yang artinya mempunyai hubungan yang kuat. (3) Hubungan Media Komunikasi (X_2) dengan Perilaku (Y) pada ibu tidak berkarir adalah 0.361 yang artinya mempunyai hubungan yang rendah.

Dalam hasil pengujian multikolinearitas model ibu berkarir dan tidak berkarir, didapatkan hasil variabel bebas dari ibu berkarir dan tidak berkarir menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing sebesar 1,360 dan 1,610 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bebas dari multikolinearitas.

Uji t dengan rumusan sebagai berikut: (1) Jika nilai sig < 0,05, atau nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan (2) Jika nilai sig > 0,05, atau nilai t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2; n-k-1) = t (0,025 ; 47) = \mathbf{2,01174}$$

Keterangan:

α = tingkat kepercayaan 0, 05

n= jumlah sampel (50 sampel)

k= jumlah variabel X (X_1 dan X_2)

Berdasarkan hasil pengujian uji t ibu berkarir dan tidak berkarir didapatkan

hasil sebagai berikut: (1) Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh pesan komunikasi terhadap perilaku ibu berkarir adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,700 > t \text{ tabel } 2,01174$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh pesan komunikasi terhadap perilaku ibu berkarir. (2) Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh media komunikasi terhadap perilaku ibu berkarir adalah sebesar $0,820 > 0,05$ dan nilai t hitung $-0,229 < t \text{ tabel } 2,01174$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh media komunikasi terhadap perilaku ibu berkarir. (3) Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh pesan komunikasi terhadap perilaku ibu berkarir adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,005 > t \text{ tabel } 2,01174$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh pesan komunikasi terhadap perilaku ibu tidak berkarir. (4) Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh media komunikasi terhadap perilaku ibu berkarir adalah sebesar $0,353 > 0,05$ dan nilai t hitung $-0,938 < t \text{ tabel } 2,01174$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh media komunikasi terhadap perilaku ibu tidak berkarir.

Uji F dengan rumusan sebagai berikut: (1) Jika nilai sig < 0,05, atau nilai F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan

terhadap variabel Y, (2) Jika nilai sig > 0,05, atau nilai F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

$$F \text{ tabel} = F (k; n-k) = F (2; 50-2) = 3,19$$

Keterangan:

n= jumlah sampel (50 sampel)

k= jumlah variabel X (X_1 dan X_2)

Berdasarkan hasil pengujian uji F ibu berkarir dan tidak berkarir didapatkan hasil sebagai berikut: (1) Pengujian hipotesis ketiga yaitu pengaruh pesan dan media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir didapatkan hasil berdasarkan tabel 4.76 diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh pesan dan media komunikasi secara simultan terhadap perilaku ibu berkarir adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $14,307 > F \text{ tabel } 3,19$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh pesan dan media komunikasi secara simultan terhadap perilaku ibu berkarir. (2) Pengujian hipotesis ketiga yaitu pengaruh pesan dan media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu tidak berkarir didapatkan hasil berdasarkan tabel 4.77 diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh pesan dan media komunikasi secara simultan terhadap perilaku ibu tidak berkarir adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $24,592 > F \text{ tabel } 3,19$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang

berarti terdapat pengaruh pesan dan media komunikasi secara simultan terhadap perilaku ibu tidak berkarir.

Untuk koefisien determinasi didapatkan hasil nilai R Square sebesar 0,378, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh pesan dan media komunikasi secara simultan terhadap perilaku ibu berkarir adalah sebesar 37,80%, dan nilai R Square sebesar 0,511, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh pesan dan media komunikasi secara simultan terhadap perilaku ibu tidak berkarir adalah sebesar 51,10%.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari jurnal ini yaitu: (1) Ada pengaruh yang signifikan dari pesan komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir, tetapi untuk yang paling berpengaruh yaitu nilai signifikan ibu tidak berkarir. (2) Tidak ada pengaruh media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir, akan tetapi yang paling tidak berpengaruh yaitu ibu berkarir. (3) Ada pengaruh yang signifikan dari pesan dan media komunikasi program Air Susu Ibu Dinas Kesehatan Kota Ternate terhadap perilaku ibu berkarir dan tidak berkarir, untuk yang paling berpengaruh yaitu nilai signifikan ibu tidak berkarir.

DAFTAR PUSTAKA

- Atkins, Charles K. dan Ronald E. Rice (2013). *Theory and Principles of Public Communication Campaigns*. Dalam Ronald E. Rice dan Charles K. Atkins. *Public Communication Campaign*. New York : Sage Publication
- Badan Pusat Statistika. (2021). *Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas)*. Jakarta
- Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. (2012). *Angka Kematian Bayi*. Diakses dari <http://sirusa.bps.go.id>
- Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart and Winston, New York
- Cangara, Hafied. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Cangara, Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Cutlip, S.M., Allen H.C., dan Broom, G.M. (2005). *Effective Public Relations*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, Edisi 8
- Effendy, Onong Uchjana. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya
- Efendy, Onong Uchana. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. (2016). *Profil Kesehatan Indonesia 2015*. Jakarta: Sekretariat Jenderal Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). *Profil Kesehatan Indonesia 2020*. Jakarta
- Kementerian PPN/Bappenas. (2017). *Sustainable Development Goals Kementerian PPN/Bappenas*. Jakarta
- Kotler, P., Lee, N., dan Roberto, N. (2002). *Social Marketing Improving The Quality of Life*. London: Sage Publication, Inc, hlm 5
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif. Jakarta 2012
- Ruslan, Rosady. (2017). *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Semua hal SDG untuk anak-anak di Indonesia (profil singkat provinsi: Maluku Utara). 2021. Diperoleh dari <https://www.unicef.org/indonesia/>
- Semua hal manfaat air susu ibu. 2020. Diperoleh dari <https://www.halodoc.com/>

SPSS Versi 21

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta

Sukendar, M.U. (2017). *Psikologi Komunikasi: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Yogyakarta: CV Budi Utama, hal.68

Sunarto. (2003). *Manajemen, Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Elex Media Kompotindo

Snyder, Leslie B. (2002). *Development Communication Campaigns*, dalam: Gudykunst William B. dan Bella Mody (eds). 2002. *Handbook of International and Intercultural Communication*. California: Sage

Smith, R. D. (2013). *Strategic planning for public relations (4th edition)*. New York: Routledge

www.unicef.org,

2021