

**HUBUNGAN PERSEPSI TENTANG PROMOSI SUSU FORMULA
DENGAN MOTIVASI PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF
PADA IBU BEKERJA DI WILAYAH KERJA
PUSKESMAS SUMBERSARI**

Siti Mutmainah¹, Awatiful Azza², Siti Kholifah³

1. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember
2. Dekan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Jember
3. Dosen Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Jember

**Jl. Karimata 49 Jember Telp: (0331) 332240 Fax: (9331) 337957
Email: sitimutmainnah5@gmail.com**

Abstrak

Introduksi: promosi Susu Formula merupakan suatu cara produsen menarik perhatian ibu untuk membeli susu formula. Banyak media yang berkontribusi dalam memberikan Promosi Susu Formula sehingga mempengaruhi pola pikir ibu dalam memberikan ASI Eksklusif begitupun pada ibu bekerja. Tujuan Penelitian yaitu menganalisis hubungan persepsi tentang promosi susu formula dengan motivasi pemberian ASI Eksklusif Pada Ibu Bekerja di Wilayah Kerja Puskesmas Sumbersari **Metode:** desain penelitian menggunakan korelasional dengan pendekatan *Cross Sectional* dan pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Cluster Sampling* pada 75 sampel ibu bekerja. **Hasil:** penelitian menunjukkan 49 orang (65,3%) memiliki persepsi positif tentang promosi susu formula artinya tanggapan ibu bekerja baik terhadap promosi yang dilakukan oleh produsen susu formula. Sedangkan untuk motivasi didapatkan mayoritas ibu bekerja mempunyai motivasi yang kurang dalam memberikan ASI Eksklusif yaitu 46 orang (61,3%). Hasil uji korelasi *Spearman Rho* diperoleh p 0,000 ($< 0,05$), berarti H_1 diterima yang berarti ada hubungan persepsi tentang promosi susu formula dengan motivasi pemberian ASI Eksklusif Pada Ibu Bekerja di Wilayah Kerja Puskesmas Sumbersari dengan korelasi negatif (-). **Diskusi:** Rekomendasi penelitian yaitu meningkatkan pemahaman bahwa ibu bekerja tetap bisa memberikan ASI Eksklusif dengan cara ASI Perah. Begitu ibu mulai bekerja, ibu dianjurkan untuk terus rutin memerah ditempat kerja yang bisa disimpan sehingga ASI Perah bisa tetap diberikan kepada bayinya.

Kata kunci: Promosi Susu Formula, Persepsi, Motivasi, ASI Eksklusif
Daftar Pustaka 17 (2011-2017)

Abstract

Introduction: the promotion of formula feed was one of the ways of the producers in attracting some mothers to buy the formula feed. Many medias which were contributed in doing the formula feed promotion so it affected mothers' mindset in giving an exclusive breastfeed such as the working mothers. The objective of this research was to analyze the perception correlation between formula feed promotion and working mothers' motivation in giving exclusive breastfeed in the working area of Puskesmas Summersari. **Method:** the research design used the correlation, it was used Cross Sectional approach and the choosing sample used was Cluster Sampling on 75 samples of working mothers. **Result:** the research showed that 49 persons (65.3%) has a positive perception about the formula feed promotion which meant the working mothers' response was good toward the conducted promotion by the formula feed producers. Meanwhile, for the motivation which explained that the majority of the working mothers was less than the total of the persons who gave the exclusive breast feed, that was 46 persons (61.3%). The result of Spearman Rho was $p < 0,000$ (< 0.05), it meant that the H1 was accepted and there was the perception correlation between formula feed promotion and working mothers' motivation in giving exclusive breast milk in the working area of Puskesmas Summersari by having negative (-) correlation. **Discussion:** The recommendation of this research is to improve the understanding of the working mothers to be able to give the exclusive breast feed by squeezing the breast milk. When the mothers are starting to work, mothers are suggested to squeeze the breast milk continuously in the working area, so the breastfeed can be given to the babies

Key words: formula feed promotion, perception, motivation, exclusive breastfeed
References 17 (2011-2017)

PENDAHULUAN

ASI adalah satu jenis makanan yang mencukupi seluruh unsur kebutuhan bayi baik fisik, psikososial maupun spiritual. ASI mengandung nutrisi, hormon, unsur kekebalan pertumbuhan, anti alergi, serta anti inflamasi Hubertin (2004, dalam (Indriyani, Asmuji, & Wahyuni, 2016).

Menteri Kesehatan Nomor 450/MENKES/SK/VI/2004 menetapkan bahwa ASI eksklusif di Indonesi

diberikan selama usia bayi sampai 6 bulan dan dianjurkan sampai dengan anak berusia 2 tahun atau lebih dengan pemberian makanan tambahan yang sesuai (Sringati, Walean, Ahmil, Fitrihanur, & Pangli, 2016).

Proses menyusui bayi secara eksklusif sudah menjadi budaya di Indonesia, namun upaya meningkatkan perilaku ibu menyusui ASI eksklusif masih diperlukan karena pada kenyataannya praktik

pemberian ASI Eksklusif belum dilaksanakan sepenuhnya (Bahriyah, Putri, & Jaelani, 2017). Adapun Faktor penghambat ibu dalam memberikan ASI Eksklusif menurut Hargono dan Kurniawati (2014) adalah kurang rasa percaya diri yang dimiliki ibu bahwa ASI yang diberikan tidak bisa mencukupi kebutuhan bayi, kurangnya pengetahuan ibu tentang ASI eksklusif, ibu bekerja, faktor sosial dan budaya masyarakat, dukungan petugas kesehatan yang tidak adekuat, dukungan keluarga untuk memberikan susu formula dan gencarnya promosi susu formula melalui iklan dan tetangga terdekat menyebabkan pemberian ASI secara eksklusif tidak berhasil.

Persepsi merupakan tanggapan positif atau negatif yang nantinya akan membentuk suatu keyakinan terhadap suatu objek. Menurut (Lestari, Trisyani, & Widiasih, 2012) bahwa keyakinan seseorang akan berpengaruh terhadap motivasi pemberian ASI eksklusif. Motivasi dipengaruhi dari dalam diri (motivasi intrinsik) dan luar diri (motivasi ekstrinsik). Gencarnya promosi susu formula merupakan salah satu

motivasi ekstrinsik ibu tidak memberikan ASI eksklusif dan tertarik untuk memberikan susu formula. Kabupaten Jember merupakan kabupaten yang mempunyai program dan target menuju 100% ASI Eksklusif (Dinas Kesehatan Kabupaten Jember, 2017). Akan tetapi cakupan pemberian ASI Eksklusif di Kabupaten Jember terjadi penurunan dari tahun 2015 dengan cakupan 78,50 menjadi 73,71% di tahun 2016. Puskesmas Sumbersari merupakan salah satu Puskesmas yang ada di Kabupaten Jember dengan urutan ke 9 dari Puskesmas yang ada di Kabupaten Jember dengan cakupan 82,17% pada tahun 2016. Puskesmas Sumbersari mengalami penurunan dari tahun 2015 dengan cakupan 87,67% menjadi 82,17% di tahun 2016. Data 3 bulan terakhir cakupan pemberian ASI Eksklusif tidak jauh dengan data pada tahun 2016 yaitu sebesar 67,1%. Kecamatan Sumbersari merupakan daerah yang mendapatkan urutan pertama yang masyarakatnya bekerja sebanyak 47.890 dengan 37% termasuk perempuan berusia produktif (Badan

Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2014)

Data hasil riset penelitian yang terkait dengan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan Sabriyan (2013) mengatakan ada hubungan antara persepsi ibu terhadap iklan susu formula di televisi dengan tindakan ibu dalam pemberian susu formula di Dusun Lojirejo. Masalah tersebut menjadi tanggung jawab perawat untuk menyelesaikannya dengan berperan sebagai *educator dan konselor*. ya pengaruh pemberian susu formula dengan promosi susu formula.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan dari hasil wawancara yang dilakukan pada 5 ibu bekerja mengatakan praktis untuk memberikan susu formula dan 3 ibu mengatakan tertarik pada promosi susu formula yang menjelaskan kandungan susu formula terhadap bayi. Berdasarkan Latar Belakang tersebut maka perlu dilakukan penelitian tentang “Hubungan persepsi tentang promosi susu formula dengan motivasi pemberian ASI Eksklusif pada ibu bekerja di Wilayah Kerja Puskesmas Sumbersari”

MATERIAL DAN METODE

Penelitian ini menggunakan Desain Penelitian *korelasional* dengan pendekatan *Cross Sectional*. Populasi pada penelitian ini adalah ibu bekerja yang mempunyai bayi 0-6 bulan di wilayah kerja Puskesmas Sumbersari dengan jumlah 92 ibu bekerja. Besarnya sampel dalam penelitian ini berdasarkan rumus slovin dalam Jiwantoro (2017) di dapat sebanyak 75 responden dengan kriteria inklusi yaitu ibu bekerja yang memiliki bayi 0-6 bulan, ibu yang bekerja dengan lama waktu kerja minimal tujuh jam perhari untuk 6 jam hari kerja dan kooperatif dan bersedia menjadi subjek penelitian. Sedangkan kriteria eksklusi yaitu Ibu dengan penyakit yang dapat ditularkan melalui ASI (HIV AIDS, *Human T-lymphotropic Virus* dan *citomegalovirus*), Ibu dengan Bayi Adopsi, Subjek penelitian mengundurkan diri menjadi responden.

Teknik sampling yang digunakan *cluster sampling* dengan 5 kelurahan , untuk menentukan sampel dari tiap kelurahan peneliti menggunakan *simple random sampling* dan penelitian ini dilakukan

pada tanggal 30 Maret-30 April 2018. Teknik pengumpulan data oleh peneliti menggunakan Kuesioner Persepsi tentang promosi susu formula dan motivasi pemberian ASI Eksklusif dengan jumlah pernyataan masing-masing 15. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis univariat dan bivariat dimana analisis univariat meliputi data demografi responden yaitu umur, umur bayi, pendidikan, pekerjaan, lama bekerja, riwayat ASI Eksklusif, ASI Eksklusif, Dukungan ASI di tempat kerja dan pendapatan keluarga /bulan, persepsi ibu tentang promosi susu formula dan motivasi pemberian ASI Eksklusif. Sedangkan analisis bivariat menggunakan uji korelasi *Speraman Rank (Rho)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Ibu Bekerja paling banyak berusia 20-35 tahun sebanyak 66 responden (88,0%). Jumlah terbanyak pendidikan ibu bekerja yaitu 40 responden (53,3%). Lama bekerja paling banyak 1-2 tahun dengan jumlah 36 responden (48,0%). Mayoritas responden memiliki riwayat ASI sebelumnya yaitu tidak ASI Eksklusif dengan

jumlah 60 responden (80%). Adapun sebagian besar tidak adanya dukungan ASI di tempat kerja dengan jumlah 59 responden (78,7%). Jumlah terbanyak pendapatan keluarga responden perbulan adalah Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 dengan jumlah 30 responden (40,0%).

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Data Demografi Responden

Data Demografi	f	(%)
Umur		
<20 tahun	6	8.0
20-35 tahun	66	88.0
>35 tahun	3	4.0
Pendidikan		
SD	1	1.3
SMP	5	6.7
SMA	40	53.3
Perguruan Tinggi	29	38.7
Lama Bekerja		
< 1 tahun	5	6.7
1-2 tahun	36	48.0
>2 tahun	34	45.3
Riwayat ASI		
Sebelumnya		
ASI Eksklusif	15	20.0
Tidak ASI Eksklusif	60	80.0
Dukungan ASI di Tempat Kerja		
Ya	19	25.3
Tidak	56	74.7
Pendapatan Keluarga/Bulan		
<Rp.2.000.000	5	6.7
Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	11	14.7
Rp.3.000.000-Rp.5.000.000	30	40.0
>Rp.5.000.000	29	38.7

Selain itu juga diperoleh data distribusi persepsi tentang promosi susu formula sebagian besar memiliki persepsi positif dengan jumlah 49 responden (65,3%). Dan distribusi motivasi pemberian ASI Eksklusif sebagian besar mempunyai motivasi kurang dengan jumlah 46 responden (61,3%).

Tabel 2. Data Khusus Responden

Data Khusus	f	(%)
Persepsi		
Negatif	26	34.7
Positif	49	65.3
Motivasi		
Baik	29	38.7
Kurang	46	61.3

Tabel 3. Analisis Hubungan menggunakan uji Spearman's rho

		Pers epsi	Moti vasi
Spearman's rho	Correlation	1,00	-,671
	Coefficient		
	Significance (2-tailed)	.	,000
	N	75	75
	Correlation	-,671	1,000
	Coefficient		
	Motivasi		
	Significance (2-tailed)	,000	.
	N	75	75

Hasil uji menggunakan *Spearman's rho* menunjukkan nilai 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat ditarik

kesimpulan bahwa ada hubungan antara persepsi tentang promosi susu formula dengan motivasi pemberian ASI Eksklusif pada Ibu bekerja di wilayah kerja Puskesmas Summersari. Untuk keamatan hubungan atau koefisien korelasi pada penelitian ini didapatkan bahwa berada pada -0,671 artinya berada pada korelasi yang kuat. Setelah itu dilihat dari arah hubungan menunjukkan arah hubungan negatif (-) artinya jika persepsi tentang promosi susu formula positif maka motivasi pemberian ASI Eksklusif kurang pada ibu bekerja dan jika persepsi tentang promosi susu formula negatif maka motivasi pemberian ASI Eksklusif baik pada ibu bekerja dan sebaliknya.

PEMBAHASAN

Persepsi merupakan suatu proses penggunaan pengetahuan terdahulu (yang dimiliki) untuk mendeteksi atau mengumpulkan menginterpretasi stimulus (rangsangan) yang dicatat oleh indra seperti mata, telinga dan hidung (Sumiharsono, 2014). Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan kepada 75 responden menunjukkan bahwa 49 responden atau sekitar

65,3% memiliki Persepsi positif yang artinya tanggapan responden baik terhadap promosi yang dilakukan oleh produsen susu formula. Menurut Sulistyoningsih (2011) ibu bekerja harus meninggalkan bayinya seharian penuh sehingga menjadi alasan ibu menggantikannya dengan susu formula. Maka ibu bekerja mencari tahu informasi susu formula melalui promosi yang dilakukan oleh produsen susu formula.

Beberapa data yang mendukung ibu bekerja memiliki persepsi positif ditinjau dari data demografi yakni salah satunya pendidikan, responden paling banyak berpendidikan SMA dengan jumlah 40 atau sekitar 53,3%. Peneliti berpendapat bahwa pendidikan merupakan hal yang penting karena tingkat pendidikan ibu bekerja dapat mendukung pengetahuan dan informasi yang didapat dan dimilikinya, karena menurut Anshari (2013) pada komponen persepsi terdapat komponen kognitif yang merupakan komponen yang terbentuk atas dasar ilmu pengetahuan yang membentuk suatu keyakinan dan pandangan terhadap objek sikap. Hal tersebut sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh Sabriyan (2013) yang mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan yaitu tingkat pendidikan seseorang.

Data lainnya yang mendukung ibu bekerja memiliki persepsi positif tentang promosi susu formula yaitu lama bekerja. Hasil penelitian yang paling banyak responden dengan lama bekerja yaitu 1-2 tahun sebanyak 36 orang atau setara (48,0%). Peneliti berpendapat bahwa ibu bekerja dengan lama bekerja semakin lama membuat ibu bekerja sudah beradaptasi dengan lingkungannya sehingga ibu bekerja tidak bisa berhenti dari pekerjaannya untuk memberikan ASI Eksklusif kepada bayinya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari, Trisyani dan Widiasih (2012) mengatakan bahwa dengan lamanya masa kerja maka kemampuan ibu dalam beradaptasi dengan lingkungan kerja akan lebih besar.

Motivasi merupakan segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu (Nursalam, 2016). Hasil penelitian sebagian besar responden mempunyai

motivasi kurang dengan jumlah 46 responden atau setara dengan (61,3%). Motivasi dikatakan kurang apabila di dalam diri manusia memiliki harapan dan keyakinan yang rendah (Widyatun, 2009 dalam Indah, 2017). Berdasarkan hal tersebut terdapat beberapa hal yang mendukung ibu bekerja memiliki tingkat motivasi kurang yaitu dari umur responden. Menurut umur rata-rata ibu bekerja berusia 20-35 tahun dengan jumlah 66 (88,0%). Peneliti berpendapat bahwasannya umur tidak dapat menjamin tingkat motivasi seseorang disebabkan karena semakin bertambahnya umur belum tentu semakin bertambahnya pengalaman dan pengetahuan seseorang tentang pentingnya ASI Eksklusif tergantung dari informasi yang didapat ibu bekerja. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2016) yang mengatakan bahwa faktor usia merupakan faktor pendukung keberhasilan pemberian ASI Eksklusif oleh ibu bekerja meskipun bukan merupakan faktor utama yang menentukan pengetahuan responden.

Banyak hal yang mempengaruhi ibu bekerja memiliki

motivasi kurang yaitu riwayat ASI sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan lebih banyak memiliki riwayat tidak memberikan ASI Eksklusif sebanyak 60(80,0%) responden. Peneliti berasumsi bahwa memiliki riwayat tidak memberikan ASI Eksklusif kepada bayinya berakibat pada anak selanjutnya untuk tidak memberikan ASI Eksklusif kepada bayinya karena pengalamannya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari, Triyani dan Widiasih (2012) yang mengatakan bahwa pengalaman memberikan ASI Eksklusif akan memperbesar kemungkinan ibu untuk memberikan ASI Eksklusif.

Data lain yang mendukung ibu bekerja memiliki motivasi kurang yaitu dari dukungan ASI di tempat kerja. Hasil penelitian menunjukkan paling banyak tidak mendapatkan dukungan dari tempat kerja sebanyak 56 responden atau sekitar (74,7%). Selain itu rata-rata ibu bekerja dengan lama waktu kerja 7 jam per hari jadi lamanya ibu bekerja bertemu dengan bayinya sehingga akan menyebabkan produksi ASI menurun karena

menurut IDAI (2013), rutin menyusui pada ibu merupakan kunci keberhasilan menstimulasi produksi ASI. Peneliti berasumsi bahwa dukungan dari tempat kerja sangatlah penting karena ibu bekerja harus memanfaatkan tempat kerja untuk berusaha bagaimana cara bayinya mendapatkan ASI Eksklusif dari ibunya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosyadi (2016) mengatakan bahwa ada hubungan antara dukungan tempat kerja dengan keberhasilan pemberian ASI Eksklusif.

Motivasi ibu bekerja memiliki motivasi kurang dipengaruhi oleh pendapatan keluarga/bulan. Hasil penelitian paling banyak yaitu berada pada rentang pendapatan cukup tinggi sebesar Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 30 responden atau sekitar (40,0%). Peneliti berpendapat kurangnya motivasi disebabkan karena kecukupan pendapatan keluarga untuk membeli susu formula, sebaliknya keluarga yang berpendapat rendah akan memberikan ASI Eksklusif daripada membeli susu formula untuk bayinya. Hal tersebut sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Albab (2013) yang mengatakan bahwa keluarga yang memiliki pendapatan kurang cenderung akan memberikan ASI Eksklusif terhadap bayinya karena keluarga tidak mampu mengeluarkan biaya untuk membeli susu formula bayinya.

Peneliti berpendapat bahwa dengan memiliki persepsi positif tentang promosi susu formula seseorang mempunyai dorongan atau kekuatan yang kurang untuk memberikan ASI Eksklusif kepada bayinya karena keyakinannya terhadap susu formula yang dipromosikannya. Selain itu menurut (Lestari, Trisyani & Widiasih, 2012) bahwa keyakinan seseorang akan berpengaruh terhadap motivasi pemberian ASI Eksklusif. Apabila keyakinan pada promosi susu formula kuat maka motivasi pemberian ASI Eksklusif kurang kepada bayinya.

Peneliti berasumsi bahwasannya tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi pengetahuan yang nantinya akan berpengaruh juga terhadap motivasi seseorang terhadap apa yang akan dilakukannya. Penelitian ini

menunjukkan paling banyak responden dengan pendidikan SMA sebanyak 40 ibu bekerja dimana pendidikan tersebut sudah termasuk kategori pendidikan tinggi untuk memiliki pengetahuan formal ataupun informal dengan mencari pengetahuan yang dibutuhkan ibu bekerja contohnya ibu bekerja mencari tahu informasi tentang promosi susu formula yang dibutuhkan ibu bekerja dan bayinya. Hal tersebut membuat ibu menanggapi promosi susu formula dengan tanggapan positif karena ibu bekerja sangat membutuhkan susu formula untuk bayinya. Tanggapan yang positif tentang promosi susu formula pada ibu bekerja membuat ibu bekerja percaya akan susu formula tersebut dan akan mempengaruhi motivasi pemberian ASI Eksklusif pada bayinya sehingga tindakan ibu untuk memberikan susu formula semakin tinggi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sabriyan (2013) menyimpulkan bahwa persepsi terhadap iklan susu formula di televisi berpengaruh terhadap tindakan ibu dalam pemberian susu formula. Hal tersebut sejalan

dengan penelitian ini apabila persepsi tentang promosi susu formula positif atau percaya akan promosi susu formula maka motivasi pemberian ASI Eksklusif kurang. Motivasi kurang akan berdampak pada pemberian ASI Eksklusif sehingga ibu bekerja memilih untuk memberikan susu formula.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Simpulan penelitian ini adalah sebagian besar memiliki persepsi positif tentang promosi susu formula sebanyak 49 atau setara dengan (65,3%) responden, sebagian besar memiliki motivasi kurang sebanyak 46 atau setara dengan (61,3%) responden dan Ada hubungan persepsi tentang promosi susu formula dengan motivasi pemberian ASI Eksklusif pada ibu bekerja di wilayah kerja Puskesmas Summersari dengan nilai signifikan 0,000 dan nilai keerataanya -0,671.

SARAN

Ibu bekerja juga dapat memberikan ASI Eksklusif kepada bayinya yaitu dengan cara ASI Perah, ibu bisa memerah ASI saat bekerja pada waktu istirahat sehingga ASI

Eksklusif berhasil ibu bekerja berikan. Dan juga khususnya Institusi tempat kerja disarankan untuk selalu memberikan dukungan, motivasi, dorongan berupa ruang menyusui dan fasilitas untuk ibu bekerja melakukan ASI Perah agar tetap memberikan ASI Eksklusif kepada bayinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Albab, F. U. (2013). *Hubungan Promosi Susu Formula Dengan Pengambilan Keputusan Keluarga Dalam Pemberian ASI Eksklusif Di Wilayah Kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember*. Jember: Universitas Jember. <http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/3215/Fikri%20Ulil%20Albab%20%20092310101007.PDF?sequence=1> (diperoleh 17 Oktober 2017)
- Anshari, M. I. (2013). *Hubungan Antara Persepsi Peserta Diklat Terhadap Penyelenggaraan Program Pendidikan Dan Pelantikan Dasar Computer Dengan Motivasi Belajar*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. <http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/3215/Fikri%20Ulil%20Albab%20%20092310101007.PDF?sequence=1> (diperoleh 17 Oktober 2017)
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember. (2014). *Data Dan Statistik Kabupaten Jember 2013*. Jember: Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember.
- Bahriyah, F., Putri, M., & Jaelani, A. K. (2017). Hubungan Pekerjaan Ibu Terhadap Pemberian ASI eksklusif Pada Bayi. *Journal Endurance*, 113-118. <http://doi.org/10.22216/jen.v2i2.1699ABSTRACT> (diperoleh 17 Oktober 2017)
- Dinas Kesehatan Kabupaten Jember. (2017). *Profil Kesehatan Kabupaten Jember Tahun 2016*. Jember: Dinas Kesehatan Kabupaten Jember.
- Hargono, R., & Kurniawati, D. (2014). Faktor Determinan Yang Mempengaruhi Kegagalan Pemberian ASI Eksklusif Pada Bayi Usia 6-12 Bulan Di Kelurahan Mulyorejo. *Jurnal Promkes*, 15-27. <http://journal.unair.ac.id/JPROM@faktordeterminan-yang-mempengaruhi-kegagalan-pemberian-asi-eksklusif-pada-bayi-usia-6-12-bulan-di-kelurahan-mulyorejo-wilayah-kerja-puskesmas-mulyorejo-surabaya-article-8587-media-54-category-3.html> (diperoleh 17 Oktober 2016)
- IDAI. (2013, Agustus 08). Retrieved Oktober 17, 2017, from <http://www.idai.or.id/artikel/kinik/asi/asi-eksklusif-pada-ibu-yang-bekerja>
- Indah, R. (2017). *Hubungan Sosialisasi Program Kesehatan Reproduksi Dan Motivasi Dengan Pemeriksaan Inspeksi Visual Asama Asetat Pada Wanita Usia Subur Di Wilayah Puskesmas Pakusari*. Jember:

- Universitas Muhammadiyah Jember.(tidak dipublikasikan)
- Indriyani, D., Asmuji, & Wahyuni, S. (2016). *Edukasi Postnatal dengan Pendekatan Family Centered Maternity Care (FCMC)*. Yogyakarta: trans medika.
- Jiwantoro, Y. A. (2017). *Riset Keperawatan: Analisis Data Statistik Menggunakan SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lestari, A., Trisyani, M., & Widiasih, R. (2012). Motivasi Ibu Bekerja Dalam Memberikan ASI Eksklusif Di PT Dewhirst Men's Wear Indonesia. *Jurnal Unpad*, 1-15. <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/681> (diperoleh 17 Oktober 2017)
- Nursalam. (2016). *Manajemen Keperawatan Aplikasi dalam Praktik Keperawatan Profesional*. Jakarta: Salemba Medika.
- Rosyadi, D. W. (2016). *Hubungan Antara Pengetahuan Ibu Bekerja, Jam Kerja Ibu dan Dukungan Tempat Kerja Dengan Keberhasilan Pemberian ASI Eksklusif Di Wilayah Kerja Puskesmas Banyudono*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id/47204/28/1.NASKAH%20PUBLIKAS I.pdf> (diperoleh 20 Oktober 2017)
- Sabriyan, A. N. (2013). *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Iklan Susu Formula Di Televisi Dan Pengetahuan Gizi Ibu Dengan Tindakan Ibu Dalam Pemberian Susu Formula*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.<http://eprints.uny.ac.id/23536/1/Ayu%20Nani%20Sabriyan%200951124101.PDF> (diperoleh 17 Oktober 2017)
- Sringati, Walean, J., Ahmil, Fitrihanur, W. L., & Pangli, V. U. (2016). Hubungan Pengetahuan dan Motivasi Ibu Terhadap Pemberian ASI Eksklusif Di Desa Jono'oge. *Jurnal Kesehatan Tadulako*, 58-67. <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/Health yTadulako/article/view/5746> (diperoleh 17 Oktober 2017)
- Sulistyoningsih, H. (2011). *Gizi Untuk Kesehatan Ibu dan Anak*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumiharsono, R. (2014). Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Peran Guru Di Kelas Dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa SMP Negeri Di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember. *Jurnal Kreatif Dan Inovatif Edukasi*, I(1), 1-13.(tidak dipublikasikan)