

ADVOKASI KETERLIBATAN LAKI-LAKI DALAM PEMBERIAN ASI OLEH KOMUNITAS AYAH ASI MELALUI TWITTER

Eni Maryani, Rayyan Raima Zuriyyatina
Universitas Padjadjaran, eni.maryani@unpad.ac.id

Abstrak

Konstruksi masyarakat dalam budaya patriarki terkait tentang peran laki-laki dan perempuan salah satunya menganggap urusan mengurus atau merawat anak khususnya bayi adalah tanggung jawab perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terbentuknya komunitas Ayah ASI dan pemanfaatan akun twitter @ID_AyahASI untuk advokasi oleh komunitas Ayah ASI. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan dan wawancara mendalam, observasi dan studi literature. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terbentuknya komunitas Ayah ASI diawali dengan kesadaran laki-laki untuk lebih berperan dalam kesehatan bayinya kebutuhan laki-laki terkait saluran komunikasi dan media untuk mengembangkan pengetahuannya tentang ASI. Penggunaan twitter oleh komunitas Ayah ASI menggunakan sudut pandang dan cara komunikasi laki-laki dalam menyebarkan informasi atau membahas kesehatan anak termasuk ASI. Selain itu twitter juga dapat memfasilitasi proses advokasi yang bersifat interaktif dan tidak hanya melibatkan anggota komunitas Ayah ASI akan tetapi juga para follower dan pengguna twitter lainnya. Penelitian ini merekomendasikan adanya pertemuan rutin komunitas Ayah ASI secara langsung untuk memastikan partisipasi di media digital terealisasi dalam kehidupan sehari-hari dan mereka dapat menciptakan ruang baru untuk komunikasi yang lebih baik antara ayah dan ibu dalam membahas kesehatan bayi di twitter dengan tagar #AyahIbu ASI.

Kata kunci : advokasi, peran ayah, komunitas Ayah ASI, media sosial, twitter

Abstract

In a patriarchal culture, the construction of society dictates that within the role of men and women it is the woman who is in charge of matters regarding to caring for and tending to the children, especially infants. This study aims to determine the formation of the Ayah ASI community and the use of social media for advocacy by the Ayah ASI community. The method used is a case study with in-depth interview, observation and literature studies. The results of the study revealed that the formation of the Ayah ASI community began with men's awareness to play a role in the health of their babies, the needs of men related to communication channels and the media that develop their knowledge about ASI. The use of twitter by the Ayah ASI community uses men's perspectives and ways of communication in disseminating information or discussing children's health including breastfeeding. In addition, twitter can also facilitate an interactive advocacy process and not only involve members of the Ayah ASI community but also other followers and twitter users. This study recommends regular offline meeting of the Ayah ASI community to ensure participation in the digital media to be actualizes in everyday life and they could create a new space for better communication between the father and mother in discussing the health of the baby in twitter such as #AyahIbu ASI.

Key words : advocacy, role of father, Ayah ASI communtiy, social media, twitter

PENDAHULUAN

Tulisan ini akan diawali dengan pernyataan menarik dari seorang ayah dari dua orang anak yang ketika ditanyakan padanya tentang Air Susu Ibu (ASI) jawaban yang dia berikan adalah sebagai berikut:

“kalau saya sih neng, ASI mah urusan istri yang tahu segala-galanya mah. Saya mah paling bantu ngejagain sama ngebecandain anak aja, itu juga kalau lagi di rumah kalau lagi gak kerja.”

Kalimat di atas memperlihatkan peran laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial kemudian diterima oleh anggota masyarakat sebagai nilai-nilai yang mendasari perannya sebagai laki-laki atau perempuan. Pernyataan di atas secara umum merupakan hal yang seringkali kita dengar dan sebagian besar dari masyarakat kita memahaminya sebagai sebuah kewajaran. Urusan anak terutama yang masih bayi dianggap sebagai tanggung jawab perempuan atau ibunya. Begitu pula dengan Air Susu Ibu (ASI), sebagai sesuatu yang sangat penting bagi kesehatan bayi dan di awal kehidupan seseorang anak, tidak menjadi perhatian ayahnya, karena dianggap urusan perempuan.

ASI merupakan asupan penting bagi seorang bayi, khususnya pemberian ASI eksklusif kepada bayi umur 0 – 6 bulan yaitu pemberian ASI tanpa pemberian makanan atau minuman tambahan. Secara resmi pemberian ASI eksklusif tertuang dalam Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 450/Menkes/SK/VI/2004 tentang Pemberian ASI Secara Eksklusif di Indonesia, yang menetapkan ASI eksklusif berjalan selama 6 bulan setelah kelahiran bayi dan dianjurkan dilanjutkan hingga anak berusia 2 tahun atau lebih dengan pemberian makanan tambahan yang sesuai. Pada tahun 2007, angka pemberian ASI eksklusif 0-6 bulan di Indonesia hanya mencapai 32% (Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI, 2014), jauh dari angka yang diharapkan oleh pemerintah yaitu 80%.

Kemudian tahun 2012 diterbitkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu eksklusif, Pasal 6 yang berbunyi “Setiap ibu yang melahirkan harus memberikan ASI eksklusif kepada bayi yang dilahirkannya (Pusat Data dan Informasi Kemenkes RI, 2014). Dikeluarkannya Keputusan Menteri dan juga Peraturan Pemerintah terkait dengan pentingnya pemberian ASI ternyata juga tidak berhasil di realisasikan oleh aparat

pemerintah. Kegagalan tersebut dapat terlihat dari data-data yang menunjukkan tidak tercapainya target pemberian ASI eksklusif di Indonesia.

Berdasarkan laporan SDKI tahun 2012 pencapaian ASI eksklusif di Indonesia baru mencapai 42% jauh dari target 80% yang diharapkan terjadi. Sedangkan, berdasarkan laporan dari Dinas Kesehatan provinsi-provinsi di Indonesia pada tahun 2013, cakupan pemberian ASI 0-6 bulan hanyalah 54,3% (Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI, 2014).

Masalah pemberian ASI eksklusif begitu penting karena pemberian ASI eksklusif menjadi salah satu faktor menurunnya angka kematian bayi. Meskipun masalah ASI eksklusif begitu penting, saat itu belum ada pihak-pihak yang khusus memberikan advokasi seputar ASI eksklusif. Sampai saat ini hanya ada Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia (AIMI) yang didirikan tahun 2007 yang memberikan perhatian khusus pada isu ibu menyusui atau ASI. AIMI adalah sebuah organisasi nirlaba berbasis kelompok sesama ibu menyusui dengan tujuan menyebarluaskan pengetahuan dan informasi tentang menyusui serta meningkatkan angka ibu menyusui.

Terdapat beberapa penelitian terkait advokasi ASI dan peran laki-laki sebagai ayah dalam dalam kajian

komunikasi kesehatan, gender dan media yang dirujuk oleh penelitian ini. Pertama adalah penelitian terkait dengan peran ayah dalam pemberian ASI telah dilakukan oleh Judhiastuty Februhartanty (2008) yang meneliti tentang peran ayah dalam optimalisasi praktek Pemberian ASI. Penelitian tersebut dilakukan di wilayah perkotaan Jakarta. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa seorang ayah akan mendukung praktek pemberian ASI bila ayah tersebut memiliki pengetahuan yang baik tentang hal-hal yang berhubungan dengan pemberian ASI (Februhartanty, 2008).

Selain itu terdapat beberapa riset yang telah mengangkat upaya untuk melakukan perubahan perspektif tentang peran laki-laki terkait dengan beragam isu. Aliansi Laki-laki Baru adalah salah satu gerakan yang berupaya membangun perspektif laki-laki dalam memandang perempuan dan turut terlibat dalam melawan tindak kekerasan terhadap perempuan (Maryani, Preciosa, Rachmawan, 2017). Gerakan laki-laki baru adalah upaya untuk memperluas kesadaran laki-laki terkait upaya untuk menghentikan tindak kekerasan terhadap perempuan baik yang bersifat melecehkan, meremehkan, menyakitkan, merugikan atau bahkan membahayakan.

Untuk mengubah perspektif tentang laki-laki dan perempuan agar

bersifat lebih adil atau setara tidaklah mudah karena budaya patriarki masih sangat berpengaruh. Budaya patriarki menempatkan perempuan sebagai subordinat laki-laki sehingga nilai-nilai yang diterapkan terkait dengan anak laki-laki dan perempuan berbeda dan dapat berpengaruh pada peran mereka sebagai seorang ayah atau ibu. Alwedini mengangkat budaya Ikhtilat di Arab Saudi sebagai bentuk ekspresi patriarki yang membedakan perlakuan pada anak-anak berbasis jendernya dan juga pengaruh ayah dalam proses tersebut (Alwedini, 2017)

Riset lain tentang keterlibatan Ayah dengan anak-anaknya dilakukan oleh Virginia Amato. Diketahui bahwa sikap orang tua yang bias gender terhadap anak laki-laknya mempengaruhi sikap anak mereka sebagai ayah terhadap anak-anaknya. Akan tetapi Amato juga mengungkap temuan Goodman (2005) yang menyimpulkan bahwa banyak ayah — mengungkapkan keinginan untuk menjadi orang tua yang berbeda dari ayah mereka sendiri, yang mereka anggap telah menjauh atau terlepas dari keluarga mereka (Amato, 2018:68).

Berdasarkan pada pemahaman terhadap permasalahan yang terjadi dan beberapa penelitian terdahulu yang dirujuk, maka penelitian tentang komunitas Ayah ASI yang melakukan advokasi tentang keterlibatan laki-laki

dalam pemberian ASI sangat penting dan menarik. Penelitian ini yang berjudul Advokasi Keterlibatan Laki-laki dalam pemberian ASI oleh Komunitas Ayah ASI, bertujuan untuk mengetahui terbentuknya komunitas Ayah ASI dan bagaimana pemanfaatan media sosial oleh komunitas Ayah ASI.

Tinjauan Pustaka

Peter L. Berger dan Thomas Luckman menjelaskan bahwa realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi. 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 (Berger & Lackman, 1960)

Ketika ada orang yang terlibat dalam pembicaraan, masing-masing telah memiliki banyak sekali pengalaman bercakap-cakap di masa lalu dari realitas-realitas sosial sebelumnya. Percakapan yang terjadi akan memunculkan realitas baru karena orang datang dari sudut pandang yang berbeda. Melalui cara itu kedua orang tersebut menciptakan realitas sosial yang baru (West, et al., 2007). Maka dari itu merujuk pada penelitian ini maka realitas terkait ayah ASI dan peran mereka

dalam periode pemberian ASI pada anak mereka dapat dimaknai sebagai hasil dari konstruksi sosial dalam proses komunikasi yang mereka alami dalam interaksinya dengan individu lain dalam realitas sosialnya. Dengan kata lain Individu mengonstruksi realitas sosial dan mengonstruksikannya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subyektifitas individu lain dalam institusi sosialnya (Bungin, 2008).

Merujuk permasalahan yang terkait dengan konstruksi realitas maka untuk menilai dan memahami komunikasi perempuan dan laki-laki dalam masyarakat terdapat teori komunikasi yang penting dirujuk. Teori *Genderlect Style* dari Deborah Tannen memaparkan mengenai fenomena komunikasi antar sesama manusia dari segi konteks budaya menurut variabel jenis kelamin, yaitu perbedaan komunikasi antara laki-laki dan perempuan. Budaya komunikasi yang berbeda antara perempuan dan laki-laki menyebabkan perbedaan cara berbicara (dialek) perempuan dengan cara berbicara laki-laki (Griffin, 2006). Deborah Tannen mencoba melihat perbedaan antara laki-laki dan perempuan saat berkomunikasi berdasarkan lima kelompok gambaran situasi proses komunikasi, diantaranya percakapan publik versus percakapan pribadi, menyampaikan cerita,

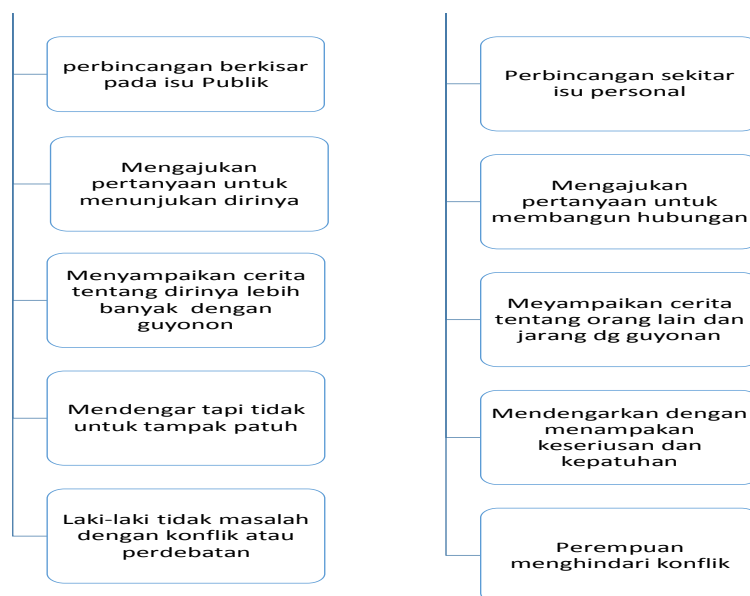
mendengarkan, mengajukan pertanyaan, dan konflik.

Berdasarkan asumsi yang dipaparkan dalam teori *genderlect style* maka jika merujuk pada teori tersebut, komunitas Ayah ASI dan advokasi yang dilakukannya memiliki peluang untuk menghasilkan advokasi pada kaum laki-laki dengan gaya komunikasi laki-laki yang menurut Tannen memang berbeda.

Merujuk pada pendapat Tannen maka dapat diartikan bahwa untuk efek komunikasi yang lebih efektif maka advokasi yang dilakukan terhadap sasaran laki-laki akan menuntut cara atau gaya komunikasi yang berbeda dari komunikasi yang digunakan untuk kalangan perempuan. Oleh karena itu pengelolaan oleh kaum laki-laki terkait dengan advokasi dalam komunitas laki-laki yang bernama Ayah ASI yang memiliki sasaran utamanya kaum laki-laki diasumsikan memiliki keunikan dan berpotensi lebih efektif.

Berdasarkan *genderlect style theory* maka dalam bagan 1 akan dipaparkan beberapa asumsi dari perbedaan gaya komunikasi antara laki-laki dan perempuan yang diungkapkan Deborah Tannen dalam teori tersebut.

LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN DALAM PROSES KOMUNIKASI



Bagan 1: Perbedaan laki-laki dan perempuan dalam berkomunikasi menurut *Genderlect Style Theory* (Griffin; 2006)

Di dalam *State of World's Father Country Report: Indonesia 2015*, sebuah studi komprehensif mengenai ayah yang diterbitkan oleh Rutgers WPF Indonesia, beberapa sumber menunjukkan bahwa norma sosial memosisikan ayah sebagai pencari nafkah mempengaruhi kurangnya keterlibatan ayah dalam tugas pengasuhan anak. Banyak ayah percaya bahwa ketika mereka mampu menafkahi keluarga mereka secara finansial, maka mereka adalah ayah yang baik. Sementara mengenai urusan-urusan domestik di

dalam rumah, merupakan “urusan ibu”. Norma sosial dan anggapan ini membuat peran ayah dalam urusan pengasuhan anak sangat minim (Bemmelen, S. T. (2015).

Selain itu, secara patriarki seorang ayah sebagai laki-laki merupakan pengambil keputusan dalam keluarga. Berdasarkan hal tersebut maka permasalahan muncul ketika ayah yang menjadi pengambil keputusan terkait dengan perawatan kesehatan anaknya, kurang memahami informasi tentang kesehatan anak-anak. Sebagai contoh pentingnya ASI eksklusif menjadi salah satu faktor penentu apakah seorang ayah memutuskan bahwa istrinya sebaiknya menyusui bayinya ataukah digantikan oleh susu formula. Jika pengetahuan ayah tersebut tentang ASI rendah dapat terjadi

dia memutuskan agar istrinya tidak perlu menyusui bayi mereka dengan beragam alasan.

Terkait dengan kegiatan advokasi yang diteliti, secara umum advokasi dapat diartikan sebagai aksi strategis yang ditunjukkan untuk menciptakan kebijakan publik yang bermanfaat bagi masyarakat atau mencegah munculnya kebijakan yang diperkirakan merugikan masyarakat (Reyes, 1997). Secara khusus terkait advokasi kesehatan menurut Pusat Komunikasi Kesehatan Kementerian Kesehatan RI media advokasi kesehatan adalah ;

sebuah wadah atau alat bantu atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan tentang isu-isu kesehatan kepada sasaran advokasi, dalam rangka mendapatkan perhatian, kepedulian serta dukungan kebijakan serta sumberdaya guna mengatasi masalah kesehatan yang ada disuatu wilayah (Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan, 2014).

Media advokasi kesehatan juga dapat diartikan sebagai semua sarana atau upaya untuk menyampaikan pesan atau isu kesehatan melalui berbagai jenis saluran komunikasi kepada sasaran advokasi (Pusat Promosi Kesehatan Kementerian Kesehatan RI, 2013).

Digunakannya media sosial dalam hal ini twitter, dalam advokasi Ayah ASI merupakan salah satu bentuk advokasi

yang sejalan tingginya penggunaan media sosial di Indonesia. Secara singkat media sosial dapat didefinisikan sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan pertukaran *user-generated content*” (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial apapun aplikasinya memiliki potensi *information sharing* yang sangat cepat.

Pengertian advokasi dan media sosial di atas menjadi dasar mengapa advokasi yang dilakukan komunitas Ayah ASI melalui twitter menjadi penting untuk melakukan perubahan di kalangan laki-laki terkait peran mereka sebagai seorang ayah yang memiliki bayi.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan memahami dan menjelaskan realitas sosial diantaranya pola-pola tindakan individu atau kelompok. Merujuk pada metode yang digunakan maka penelitian ini lebih mengacu pada aliran humanisme sebagai dasar dalam menjelaskan tentang perilaku manusia yang diteliti dalam hal ini adalah komunitas Ayah ASI (Bajari, 2015). Secara lebih khusus pendekatan penelitian yang digunakan adalah studi kasus dikarekan ingin mengungkap sebuah kasus yang dianggap memiliki keunikan tertentu.

Berbasis pada kasus komunitas Ayah ASI yang memiliki keunikan, maka merujuk pada Creswell penelitian ini melakukan analisis secara menyeluruh (*analisis holistic*), melalui deskripsi detail atas pola-pola konteks dan *setting* di mana kasus itu terjadi yaitu melalui twitter (Creswell, 2014).

Studi kasus merupakan strategi yang sesuai karena penelitian ini mengandung pertanyaan berkenaan dengan “*how*” dan “*why*” (Yin, 2003). Sebagai studi kasus penelitian ini tidak cukup hanya bersandar pada satu sumber data, tetapi juga membutuhkan banyak sumber atau *multi sources*. Untuk mengakses beragam data dari beragam sumber maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi dan studi literatur.

Wawancara dilakukan terhadap 8 informan yang berkaitan dengan pandangan, sikap dan penggunaan media sosial terkait advokasi yang dilakukan Ayah ASI. Para informan yang dipilih adalah Inisiator dan pengelola Ayah ASI, perempuan atau Ibu yang sedang atau memiliki pengalaman memberikan ASI pada bayinya, *follower* twitter @ID_AyahASI dan seorang pengamat bidang advokasi kesehatan dan konselor ASI yaitu dr. Wiyarni.

Observasi dilakukan terhadap komunitas Ayah ASI untuk mengamati

interaksi antar anggota komunitas dan mendapatkan gambaran dialog yang biasa terjadi tentang berbagai isu tentang ASI di akun twitter @ID_AyahASI.

Studi literatur digunakan untuk mendapatkan berbagai literatur yang terkait dengan budaya patriarki, media sosial dan advokasi serta teori *genderlect style* sebagai basis dalam memahami dan menganalisis komunikasi yang dilakukan Ayah ASI dalam akun twitter @ID_AyahASI. Melalui studi literatur juga diperoleh beragam rujukan terkait penelitian terdahulu yang relevan atau terkait dengan penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan memaparkan dua temuan utama yang terkait dengan pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini. Pertanyaan tersebut mencakup pertanyaan tentang munculnya komunitas ayah ASI dan penggunaan media sosial dalam hal ini twitter oleh komunitas Ayah ASI untuk melakukan advokasi terkait ASI.

Komunitas Ayah ASI : Mengubah Perspektif tentang ‘Ayah dan ‘ASI

Selama ini, program advokasi atau kampanye tentang ASI yang disampaikan melalui berbagai media cenderung memfokuskan informasi ASI untuk ibu-ibu atau kaum perempuan. Kurangnya

Informasi mengenai ASI yang spesifik untuk para ayah dan juga mengenai peranan ayah dalam program ASI eksklusif membuat para ayah kurang mengetahui pentingnya peran ayah dan dukungan seperti apa yang harus diberikan selama proses ASI eksklusif berjalan. Hal ini diltarbelakangi nilai-nilai sosial yang berkembang dalam masyarakat, dimana proses ASI dan pengasuhan anak dianggap merupakan “urusan istri”.

Laki-laki atau seorang ayah dianggap orang yang bertanggung jawab mencari nafkah dan urusan anak serta pemberian ASI adalah urusan isteri atau ibu anaknya. Padahal dalam menjalankan perannya dalam periode pemberian ASI para ibu membutuhkan dukungan dari suami atau ayah anaknya.

Kebutuhan akan dukungan para suami dalam proses pemberian ASI oleh para ibu diungkapkan oleh istri Adit, salah seorang anggota Ayah ASI;

Kan sebenarnya, proses menyusui itu gak tergantung pada ibu menyusuinya aja gitu. Tapi tergantung dukungan yang ada di sekitarnya. Jadi ya pandangan saya terhadap bapak-bapak yang mendukung menyusui, ya itu karena semata-mata menyusuinya itu berdua ya. Walaupun payudaranya adanya di yang perempuan, tapi sebenarnya dukungannya maksudnya prosesnya di sama-sama (Wawancara dengan Yulia, 30 Maret 2018)

Harapan seorang isteri di atas tidak mudah terwujud karena seringkali suami mereka menganggap perihal ASI dianggap urusan isterinya. Rahmat salah seorang anggota Ayah ASI menyatakan bahwa pada awalnya sebagian teman laki-laki mereka bahkan menganggap pembicaraan tentang ASI oleh laki-laki dianggap lucu dan menganggap sebagai laki-laki tidak pantas membahas ASI, seperti diungkapkan Rahmat berikut “dulu pas awal-awal sering banget diketawain dan dikomentarin orang, kayak... ini orang ngapain sih laki-laki kok bahas-bahas ASI gitu” (Wawancara dengan Rahmat, 10 April 2018).

Pada tahun 2011, Shafiq, salah seorang informan yang saat itu baru saja dikaruniai anak pertama, mengungkapkan pada AIMI melalui Twitter. Dia mengatakan bahwa bayinya diberi susu formula oleh pihak rumah sakit tanpa seizin dirinya dan istrinya. Hal tersebut dibenarkan oleh Milly, istri Shafiq dan mengatakan bahwa saat itu dirinya sangat kecewa tapi tidak tahu harus berbuat apa. Orang-orang di sekitar mereka seperti keluarga terdekat, merasa tidak masalah jika bayi mereka minum susu formula (Wawancara dengan Milly, 10 April 2018).

Kesadaran akan minimnya media dan saluran komunikasi yang tersedia terkait dengan ASI, khususnya untuk kaum

laki-laki, mendorong sejumlah laki-laki melakukan diskusi atau pertukaran informasi di antara mereka. Di dalam pencarian mereka, Shafiq salah seorang dari informan yang mengetahui keberadaan AIMI (Asosiasi ibu Menyusui Indonesia) kemudian memprakarsai dilakukannya diskusi atau pertukaran informasi mengenai ASI eksklusif melalui akun Twitter @aimi_asi dan AIMI menjadi pendamping mereka.

Shafiq dengan bantuan AIMI kemudian menemukan tujuh ayah lainnya yang aktif bertanya seputar masalah ASI kepada AIMI dan berbagi pengetahuan serta pengalaman tentang ASI melalui twitter. Delapan orang yang kemudian intensif berinteraksi melalui twitter adalah Shafiq Pontoh, Dipa Andika, Rahmat Hidayat, Aditia Sudarto, Ernest Prakasa, Sogi Indra Dhuaja, Syarif Hidayatullah, dan Pandu Gunawan. Mereka yang sering berkomunikasi tersebut semakin menyadari bahwa sumber informasi mereka sangat terbatas dan saat itu AIMI menjadi satu-satunya tempat mereka bertanya mengenai ASI eksklusif.

Melalui diskusi di twitter mereka semakin sadar pentingnya peran laki-laki sebagai suami dalam periode pemberian ASI bagi bayi mereka. Mereka seharusnya dapat berperan dalam memberikan dukungan pada isteri mereka melalui komunikasi yang menyenangkan bagi

isteri atau ibu bayi mereka seperti yang diungkapkan oleh Adit berikut “Jadi dukungan itu sebenarnya memang sesimpel itu. .. istri saya ga ribet sih, saya pulang bawa surprise martabak aja dia udah seneng dan ASInya makin lancar...” (Wawancara dengan Adit 26 Maret 2018).

Berdasarkan kesadaran mereka terhadap pentingnya peran ayah dalam proses pemberian ASI mereka juga sadar banyak para ayah yang juga kurang memahami dan tidak peduli pada peran penting tersebut. Oleh karena itu mereka menginginkan agar pengetahuan dan kesadaran tentang pentingnya keterlibatan Ayah selama ibu menjalani proses menyusui perlu disebarakan ke ayah-ayah yang lain.

Keinginan tersebut bukanlah hal mudah karena pertama, mereka harus mengubah cara pandang kaum laki-laki bahwa urusan kesehatan bayi termasuk urusan pemberian ASI bukan hanya urusan perempuan atau isteri mereka. Kemudian mereka harus membangun kesadaran para ayah bahwa isteri mereka membutuhkan penghargaan dan dukungan mereka. Perempuan bukan hanya ada untuk mendukung dan melayani suami akan tetapi juga membutuhkan dukungan dan bantuan dari para suaminya dalam periode menyusui. Sebagai kepala keluarga yang kerap dianggap sebagai pengambil keputusan di dalam keluarga seorang Ayah

harus mampu mengambil keputusan terbaik bagi anaknya dalam hal kesehatan.

Memahami bahwa upaya tersebut tidak sederhana maka untuk mem bahas nya mereka merasa perlu mengadakan pertemuan secara langsung atau yang mereka sebut *kopdar* (kopi darat). Pertemuan para ayah ini juga difasilitasi dan didampingi oleh AIMI sebagai fasilitator atau konselor mereka.

Pada saat pertemuan, terkait dengan keinginan mengubah perspektif laki-laki dan berbagi pengetahuan serta pengalaman tentang keterlibatan ayah dalam periode pemberian ASI, Shafiq mengemukakan bahwa dia memiliki keinginan untuk membuat buku mengenai Ayah ASI yang mendukung program ASI dan ASI eksklusif. Ketujuh temannya yang terlibat menyepakati pemikiran Shafiq dan juga sepakat membuatnya bersama-sama. Masing-masing mengungkapkan pemikiran dan pengalamannya sehingga semakin banyak informasi yang bisa mereka bagikan melalui buku tersebut kepada pembaca.

Untuk merealisasikan buku tersebut selain harus menyelesaikannya, mereka juga harus dapat memberikan jaminan pada penerbit bahwa buku mereka akan direspon positif oleh khalayak. Menurut penerbit, isu Ayah ASI akan sulit diterima khalayak sehingga mereka agak

ragu untuk menerbitkannya. Hal tersebut terungkap dalam pernyataan Adit berikut:

Kemudian kita semua ikut nulis buku sesuai pengalaman kita masing-masing, pas kita ketemu penerbit, ditanya, yakin ga? Soalnya kalau buku parenting kayak begini agak meragukan, laku 3000 buku aja tuh udah bagus banget. Nah dari situ lah kita akhirnya mulai di Twitter, karena penerbit minta katanya harus ada jaminan nih, minimal 3000 orang lah begitu. Karena itu juga pertamanya kita nyobanya, pokoknya kalau followersnya nyampe 3000, kita terbitin buku kalian, begitu akhirnya perjanjian sama penerbit (Wawancara dengan Shafiq, 10 April 2018)

Melalui beragam persuasi dan promosi yang mereka sampaikan melalui twitter akhirnya mereka mampu mencapai jumlah pengikut twitter sesuai dengan jumlah yang diminta oleh penerbit. Buku berjudul Catatan Ayah ASI pada akhirnya berhasil diterbitkan pada tahun 2012 dan menjadi *best seller*. Selain itu judul buku yang mereka kemudian resmi menjadi nama komunitas mereka yaitu komunitas Ayah ASI.

Melalui buku yang diterbitkan, mereka berhasil memberikan rujukan yang cukup komprehensif dari pandangan laki-laki tentang pentingnya peran laki-laki untuk mendukung pemberian ASI pada anak-anak mereka terutama ASI Eksklusif

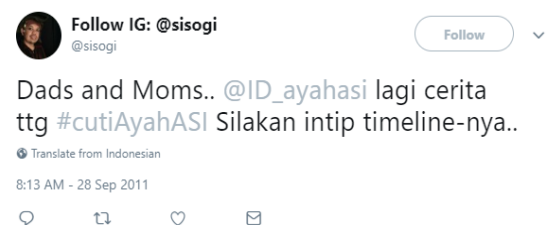
dan juga beragam informasi tentang ASI dan manfaat ASI bagi anak-anak mereka. Sementara melalui terbentuknya komunitas Ayah ASI maka advokasi untuk mengubah perspektif laki-laki sebagai ayah agar peduli dan berperan penting dalam mendukung periode pemberian ASI berpotensi untuk terus dikembangkan.

Penggunaan Media Sosial Twitter dalam Advokasi Ayah ASI

Penggunaan twitter pada awalnya hanya digunakan oleh para pendiri komunitas Ayah ASI untuk bertukar informasi atau pengetahuan di antara mereka. Berkaitan dengan jaminan untuk penerbit bahwa isu yang diangkat dalam buku mereka akan mendapat respon positif dari khalayak maka mereka menggunakan twitter untuk melakukan *audience testing*. *Audience testing* dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon khalayak terhadap isu peran ayah dalam periode pemberian ASI, seperti yang dituntut oleh calon penerbit buku ayah ASI. Berdasarkan kebutuhan *audience testing* maka untuk pertama kalinya mereka mengenalkan diri sebagai komunitas Ayah ASI kepada publik melalui akun Twitter @ID_AyahASI pada bulan September 2011. Komunitas Ayah ASI kemudian menyebut kemunculan pertama mereka di twitter tersebut dengan istilah ‘cek ombak’.

Setelah mencapai target penerbit yang 3000 respon selanjutnya yang didapatkan ternyata terus meningkat. Di dalam waktu sebulan, akun twitter Ayah ASI telah memiliki 114.000 *Followers*. Sampai saat ini twitter komunitas Ayah ASI memiliki 406.000 *followers* dan aktif menjadi media informasi mengenai ASI yang dikemas dalam sudut pandang laki laki.

Advokasi awal melalui twitter, dilakukan oleh kedelapan Ayah pendiri komunitas Ayah ASI melalui akun pribadi masing-masing, termasuk Sogi Indra Dhuaja dan Ernest Prakasa. Sogi dan Ernest saat itu sudah dikenal publik sebagai seorang komedian dan komik (*stand up comedian*). Hal ini menjadi keuntungan tersendiri untuk advokasi di awal program. Keberadaan *public figure* seperti Ernest dan Sogi dalam komunitas Ayah ASI sangat membantu komunitas Ayah ASI untuk lebih dikenal oleh para pengguna twitter.



Gambar .1 Pengenalan Ayah ASI melalui promosi pada akun Sogi Indra Dhuaja



Gambar 2 Pengenalan Ayah ASI melalui promosi pada akun Ernest Prakasa

Sejak kemunculan akun twitter @ID_AyahASI, secara konsisten Ayah ASI memberikan pemahaman mengenai pentingnya ASI eksklusif dan pentingnya peran serta dukungan ayah pada periode pemberian ASI. Seorang dokter yaitu dr Wiyarni yang juga konselor dan pengamat isu ASI mengungkapkan pandangannya akan kemunculan Ayah ASI;

“Nah ini sebetulnya yang ya termasuk ayah ASI itu kepingin mengubah *mindset* bahwa bukan seperti itu, menyusui itu sebenarnya triad bukan cuma dyad, tapi triad jadi tiga yang berperan penting bayinya, ibunya, dan ayahnya. Sekarang inikan ayah-ayah mungkin Ayah ASI juga sudah cerita, mereka merasa ditinggalin gitu kalau urusan menyusunya. Nah jadi harusnya mereka diberi peran. Peran itu sejak kapan, ya sejak awal.” (Wawancara dengan Dr. Wiyarni, 19 April 2018)

Melalui twitter, Ayah ASI memberikan pemahaman bahwa dukungan ayah dalam periode pemberian ASI sangat

penting. Komunikasi Ayah ASI yang tidak terbatas pada para Ayah saja akan tetapi juga ingin memberitahukan pada publik bahwa dukungan bagi ibu menyusui dalam program ASI eksklusif sangat diperlukan. Selain dukungan dari suami mereka, diperlukan pula dukungan dari keluarga, rumah sakit, atau fasilitas-fasilitas lainnya yang berkaitan dengan proses menyusui seorang ibu. Ayah ASI juga ingin membuat pemberian ASI terutama ASI eksklusif sebagai tren di Indonesia.

Didalam advokasinya mereka memposisikan khalayak yang terdiri dari para ayah atau laki-laki sebagaimana diri mereka sendiri. Selain itu mereka juga memposisikan Ayah ASI sebagai seorang laki-laki yang juga seorang suami dan ayah yang masih terus belajar untuk mendukung istri mereka terkait masalah ASI dan bayinya. Kesetaraan juga dibangun oleh pengelola twitter @ID_AyahASI dengan membuat *tagline* ‘kami bukan ahli, tapi kami hanya ingin berbagi’.

Melalui akun @ID_AyahASI mereka membicarakan masalah ASI dari sudut pandang laki-laki, dengan gaya penyampaian informasi seperti gaya obrolan sesama laki-laki, bahasa yang informal dan santai, serta menggunakan kata-kata dan penjelasan yang mudah dimengerti. Mereka menceritakan pengalaman-pengalaman yang tidak

menyenangkan disertai *guyonan*, dengan pembawaan khas obrolan laki-laki.

Selain menggunakan gaya komunikasi yang unik, twitter @ID_AyahASI juga menjadi wadah berbagi informasi seputar ASI yang khas dan berbeda dari media lainnya. Salah satu ciri khas Ayah ASI yang paling dikenal adalah sesi #ayahasionweekend, dimana tagar ini digunakan saat Ayah ASI berbagi informasi dan pengalaman seputar ASI pada hari Sabtu dan Minggu. Sesi #ayahasionweekend bukan hanya berisi pengalaman dari pengelola Ayah ASI saja akan tetapi juga memberikan kesempatan bagi para *followers* untuk berbagi pengalaman. Ayah ASI juga secara rutin melakukan *retweet* cuitan dari *followers* yang membutuhkan informasi, sehingga bukan hanya pengelola Ayah ASI yang bisa berbagi informasi, namun antar *followers* juga bisa saling berbagi informasi.

Perjalanan Ayah ASI dalam mengenalkan diri dan mempromosikan dukungan pada ASI maupun ASI eksklusif tidak selalu berjalan lancar. Ada beberapa hambatan yang dilalui Ayah ASI saat menyuarakan dukungan pada ASI eksklusif, yaitu sumber daya yang terbatas, dianggap memabahas isu yang aneh bagi kaum laki-laki, dan pandangan negatif terhadap cara Ayah ASI berkomunikasi.

Terkait dengan sumber daya yang terbatas, sebagai lembaga yang berbasis solidaritas sosial dan kerelawanan maka Ayah ASI tidak memiliki dukungan dana yang memadai. Oleh karena itu mereka menggunakan berbagai acara yang dapat mereka ikuti untuk mengkampanyekan pentingnya ASI dan peran Ayah ASI. Selain itu mereka juga memanfaatkan semaksimal mungkin waktu luang yang mereka punya untuk kegiatan Ayah ASI. Hal tersebut diungkapkan dalam pernyataan berikut;

Hambatan yang paling pertama tuh ketika mau mulai *campaign* kita harus muter otak gimana caranya kita tanpa *resource* kita bisa mengkampanyekan ASI gitu. Jadi kita mesti mikir cukup keras untuk itu misal waktu itu ada talkshow ini yang berkaitan dengan ASI, kita ikut, ada acara ini itu, kita ikut. Udah kita saling berbagi peran aja begitu di sela-sela waktu luang kami (Wawancara dengan Shafiq, 10 April 2018).

Selain masalah sumberdaya baik dana maupun manusia, hambatan kedua yang penting adalah gugatan terhadap isu yang mereka usung. Meskipun respon khalayak yang diterima sangat baik, akan tetapi tidak jarang pada awalnya mereka dianggap aneh, dikomentari, dan ditertawakan oleh rekan mereka sendiri. Akan tetapi menurut Rahmat lambat laun hal itu berubah seperti ungkapannya berikut “Tapi semakin kesini, semakin

Ayah ASI terdengar namanya, orang-orang malah banyak yang tertarik dan udah ga aneh lagi gitu (Wawancara dengan Rahmat, 10 April 2018). Dianggap aneh oleh orang-orang di sekitarnya tidak membuat para penggiat Ayah ASI menyerah. Mereka dengan sabar memberikan pengertian dan penjelasan mengenai alasan mereka mendukung ASI eksklusif. Shafiq juga memberikan penjelasan keuntungan menjadi ayah yang mendukung ASI eksklusif dari segi finansial.

Shafiq menjelaskan bahwa dengan mendukung ASI eksklusif, berarti tidak perlu mengeluarkan uang untuk membeli susu formula. Uang yang tadinya dialokasikan untuk membeli susu formula pun bisa dialokasikan untuk keperluan lain, seperti *gadget*, kendaraan, atau bahkan tabungan pendidikan anak seperti dalam untkapannya berikut;

“Pada saat itu ya, pas Ayah ASI belum *sengetren* sekarang, itu kayak begitu banyak yang nanya ngapain lo support ASI? Nyusuin, weeh...gitu. Tapi *once* kita bilang dan jelasin kalau eh bentar dulu, kita jelasin deh itu *benefit*-nya Pro ASI, terus pada kaget dan nanya balik sebentar-sebentar gimana-gimana? Gitu hahaha (Wawancara dengan Rahmat, 10 April 2018),

Kendala ketiga adalah format komunikasi yang digunakan. Walaupun

format komunikasi yang membahas ASI dari sudut pandang laki-laki memiliki *followers* akun Twitter @ID_AyahASI berkembang pesat, akan tetapi Adit dan Rahmat bercerita ada beberapa orang yang memandang konsep atau gaya komunikasi dalam akun Twitter @ID_AyahASI kadangkala dianggap tidak pantas dan tidak senonoh. Seperti kasus perbincangan di akun Twitter @ID_AyahASI terkait kata ‘nenen’. Kata Nenen digunakan untuk mengganti kata ‘payudara’ saat memberikan informasi mengenai masalah dan hambatan dalam menyusui. Akan tetapi penggunaan kata tersebut dianggap salah seorang khalayak tidak senonoh, seperti diungkapkan oleh Rahmat dalam wawancara;

“...kan kita memang cara berkomunikasi agak nyeleneh ya, misal kita suka ngomongin nyerempet-nyerempet ke masalah seks gitu, kayak misal kita juga kan sering bilang salam nenen, atau sering nyebut ‘payudara’ sebagai nenen gitu. Nah itu ada tuh yang kirim message ke kita katanya kita gak senonoh, malah ada yang sampai kirim-kirim ayat-ayat begitu, bilang harusnya kita gak ngomongin nenen begitu karena itu kan berarti payudara istri kita...begitu deh” (Wawancara dengan Rahmat, 10 April 2018)

Menanggapi pandangan negatif terhadap cara Ayah ASI berkomunikasi, para penggiat melihatnya sebagai bagian

dari proses, dan mereka menghormati berbagai pandangan tersebut sebagai kritik dan saran demi kemajuan Ayah ASI. Bagi mereka respon khalayak apapun bentuknya perlu diapresiasi dan dijadikan masukan agar mereka tetap dapat diterima oleh khalayak sehingga advokasi yang mereka lakukan juga terus berkembang.

SIMPULAN

Munculnya Ayah ASI merupakan hal penting untuk kegiatan Pro-ASI dan advokasi terkait pentingnya pemberian ASI terutama ASI eksklusif pada seorang bayi. Terbentuknya komunitas Ayah ASI didasari kesadaran sekelompok laki-laki yang berstatus Ayah. Pada awalnya mereka menjadikan diskusi kelompok mereka di twitter sebagai sarana menadapt dan bertukar informasi dan pengalaman terkait ASI. Kelompok ini kemudian berkembang dengan keinginan untuk menyebarkan pengetahuan dan kesadaran mereka tentang ASI dan peran seorang Ayah terkait pemberian ASI pada ayah-ayah lain. Pertama-tama mereka harus mengubah perspektif laki-laki terkait peran seorang ayah. Pandangan bahwa urusan kesehatan bayi atau anak merupakan 'urusan ibu' harus digugat dan diubah. Kesadaran yang dimulai dari para pendiri sebagai sekelompok laki-laki atau Ayah kemudian dapat dengan lebih mudah disebarkan dan diterima oleh laki-laki ayah

ayah-ayah lain. Komunitas Ayah ASI merupakan komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi pada khalayak laki-laki yang harus diubah cara pandangnya.

Selanjutnya penggunaan media sosial dalam hal ini twitter oleh komunitas Ayah ASI memiliki beberapa manfaat penting. Pertama, twitter menjadi sarana efektif untuk mempromosikan buku Catatan Ayah ASI yang menjadi *best seller*. Kedua, twitter menjadi media yang efektif untuk memperluas jangkauan advokasi oleh Ayah ASI melalui akun @ID_AyahASI dengan follower yang cukup besar yaitu 406.000 dan terus meningkat. Ketiga, twitter menjadi sumber informasi dan saluran berbagi informasi maupun pengalaman tentang ASI serta peran Ayah untuk mendukung istri mereka dalam periode pemberian ASI khususnya ASI Eksklusif. Beberapa manfaat yang diperoleh dari penggunaan twitter menjadi dasar Ayah ASI untuk mengembangkan advokasi yang dilakukannya baik melalui twitter atau juga mengembangkan penggunaan media sosial lainnya sesuai dengan pola penggunaan media khalayak mereka.

Keberhasilan Advokasi yang dilakukan Ayah ASI melalui akun twitter @ID_AyahASI juga dipengaruhi dengan format komunikasi yang dipilih oleh Ayah ASI. Sebagai laki-laki mereka menggunakan cara komunikasi yang

menurut mereka sangat khas obrolan laki-laki yaitu bersifat informal, santai dan penuh guyonan. Selain itu mereka memposisikan khalayak mereka seperti diri mereka yang pada dasarnya peduli pada isteri dan anak mereka akan tetapi seringkali kurang memiliki pengetahuan dan pengalaman bagaimana bersikap sebagai Ayah yang seharusnya. Untuk itu format saling berbagi pengalaman-pengalaman khas mereka sebagai ayah diantaranya melalui tagar sesi #ayahasionweekend menjadi rujukan penting bagi khalayak mereka. Penggunaan *tagline* 'kami bukan ahli, tapi kami hanya ingin berbagi' sangat sesuai dengan ego laki-laki yang selalu ingin dihargai dan enggan mengakui kekurangan atau diposisikan lebih rendah. Artinya secara psikologis sebagai laki-laki mereka diposisikan bukan khalayak yang pasif dan hanya bisa menerima tapi juga berperan dalam proses advokasi tersebut.

Walaupun terdapat beberapa kendala terkait dengan keterbatasan sumber daya dan kritikan dari khalayak mereka, komunitas Ayah ASI tetap bersemangat untuk berusaha mengembangkan komunitas Ayah ASI dan program advokasi mereka. Sementara rekomendasi untuk mengembangkan Advokasi yang dilakukan Ayah ASI perlu dikembangkan komunikasi bersama antara ayah dan ibu dalam mendiskusikan

kesehatan bayinya dalam tagar #AyahIbuASI.

Daftar Pustaka

Amato, V. (2018). Parents' Gender Stereotypical Biases towards their Children May Be Negatively Affecting Their Son's Involvement as a Father with His Children. *International Journal of Gender and Women's Studies*. Vol. 6, No. 1, pp. 59-78 ISSN: 2333-6021 (Print), 2333-603X (Online). American Research Institute for Policy Development DOI: 10.15640/ijgws.v6n1p6 URL: <https://doi.org/10.15640/ijgws.v6n1p6>

Alwedini J. (2017) Ikhtilat as Patriarchal Expression: Gender Segregation and the Influence of Father. *International Journal of Gender and Women's Studies*. Vol. 5, No. 1, pp. 7-20 ISSN: 2333-6021 (Print), 2333-603X (Online). American Research Institute for Policy Development DOI: 10.15640/ijgws.v5n1p2 URL: <https://doi.org/10.15640/ijgws.v5n1p2>

Bajari, A. (2015). Metode Penelitian Komunikasi : Prosedur, Tren dan Etika. Bandung.Simbiosa Rekatika Media.

Bemmelen, S. T. (2015). *State Of Worlds Father, Country Report:Indonesia*. Jakarta: Rutgers WPF Indonesia.

Bungin, M. B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Cresswell, J. (2014). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Februhartanty J. (2008). *Strategic Roles of Fathers in Optimizing Breastfeeding Practices: A Studi in an Urban Setting of Jakarta*. Disertasi. Jakarta. Fakultas Kedokteran, Universitas Indonesia.

Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Bussiness Horizon*, 59-68.

Griffin, E. (2006). *A First Look at Communication Theory*. New York: Mc Graw-Hill.

Kementerian Kesehatan RI. (2011). *Promosi Kesehatan di Daerah Bermasalah Kesehatan*. Jakarta: Pusat Promosi Kesehatan Kementerian Kesehatan RI.

Maryani. E, Preciosa Alnashawa, Rahmawan, Detta, D. (2017). "Aliansi Laki-Laki Baru": The Role of Social Media in Promoting Gender Equality in Indonesia, UKSW Salatiga.

Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI. (2014). Situasi dan Analisis ASI Eksklusif. *Infodatin*, 1-4.

Reyes, S. (1997). *Local Legislative Advocacy Manual*. Philippines: The Center Legislative Development.

West, R., & Turner, L. H. (2007). *Introducing Communication Theory : Analysis and Application 3rd*. New York: McGraw Hill.

Yin, R. K. (2003). *Studi kasus: desain dan metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.