



Media sebagai Sarana Agenda Kampanye ASI Eksklusif

Muh. Bahrudin

Dosen STIKOM Surabaya, email: muh.bahrudin@yahoo.com

Abtrak

Sejumlah persoalan yang terkait makanan dan kesehatan bayi berusia di bawah lima tahun (balita) semakin memprihatinkan bangsa. Isu susu formula yang diduga mengandung bakteri *enterobacter sakazakii* dan sejumlah kasus balita yang mengalami alergi terhadap protein susu sapi (susu formula) memperlihatkan betapa minimnya kampanye ASI yang dilakukan pemerintah, khususnya dalam penggunaan media sebagai sarana komunikasi. Sementara di sisi lain iklan susu formula semakin masif membanjiri media. Dengan menggunakan teori Agenda Setting, pemerintah seharusnya bisa membuat agenda kebijakan tentang kampanye ASI eksklusif sebagai isu penting di media sehingga menjadi agenda publik. Pada tataran inilah agenda kebijakan yang dilakukan pemerintah mampu mengubah perilaku publik terkait pentingnya ASI eksklusif dan generasi bangsa.

Kata Kunci: Media, Pemerintah, Kampanye ASI Eksklusif, Agenda Setting

PENDAHULUAN

Dalam kurun terakhir, sejumlah persoalan terkait makanan dan kesehatan bayi berusia di bawah lima tahun (balita) cukup memprihatinkan. Kasus susu formula yang diduga mengandung bakteri *enterobacter sakazakii* dan sejumlah kasus balita yang mengalami alergi terhadap protein susu sapi (susu formula) memperlihatkan betapa minimnya kampanye ASI yang dilakukan pemerintah, khususnya dalam penggunaan media sebagai sarana komunikasi. Sementara di sisi lain iklan susu formula semakin masif membanjiri media. Isu inilah yang mendominasi dan menjadi agenda penting media. Studi ini hendak mengkaji bagaimana seharusnya pemerintah menjadikan media sebagai sarana agenda kampanye ASI eksklusif sehingga menjadi agenda publik.

Yang disebut Air Susu Ibu (ASI) eksklusif adalah hanya menyusui bayi dan tidak memberi makanan atau minuman lain, termasuk air putih, kecuali obat-obatan dan vitamin atau mineral tetes. ASI perah juga boleh dilakukan sampai

