

**PERILAKU KOMUNIKASI "SADAR PANGAN DAN GIZI"
PADA AKSEPTOR KB LESTARI
(Kasus di Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang)**

Hepi Hapsari
Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian
Universitas Padjadjaran

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perilaku komunikasi "Sadar Pangan dan Gizi" akseptor KB Lestari. Perilaku komunikasi meliputi perilaku mencari dan menyampaikan informasi dilihat dari aspek kuantitas (frekuensi) dan kualitas (level komunikasi), terpaan media massa dan kontak dengan nara sumber informasi. Metode penelitian survey deskriptif dengan pengambilan contoh acak sederhana. Analisis data dengan deskriptif kualitatif berdasarkan tabulasi frekuensi. Informasi Pangan dan Gizi yang diminati dan banyak dikomunikasikan responden meliputi makanan yang beragam dan bergizi untuk keluarga sehat, ibu hamil, BBBLC, produktivitas ASI, pertumbuhan bayi dan balita, serta kecerdasan anak-anak. Informasi Pangan dan Gizi yang kurang diminati dan kurang dikomunikasikan responden meliputi makanan yang beragam dan bergizi untuk produktivitas kerja, kebugaran jasmani, umur panjang, dan ketahanan tubuh. Level komunikasi berada dalam rentang : hanya sekedar bicara ringan (level 1) sampai mampu berempati dengan lawan bicara (level 3). Responden mendapatkan informasi Pangan dan Gizi dari PLKB, PPL, petugas Puskesmas, kader PKK-Posyandu, bidan desa, aparat desa, dokter/bidan swasta. Media massa cetak maupun elektronik tidak digunakan sebagai sumber informasi Pangan dan Gizi, namun lebih berfungsi sebagai media hiburan.

Kata kunci : Perilaku Komunikasi, Pangan-Gizi, Keluarga Berencana

ABSTRACT. This research aimed to identify the communication behavior of the KB Lestari Acceptors about "Food and Nutrient Awereness". This communication behavior includes information search and transmit seen from its quantity aspect (frequency) and quality (communication level), through mass media and direct communication with information sources. This is descriptive survey research method with simple random sampling. Data analyzed by descriptive qualitative based on frequency tabulation. Food and nutrient information is keen on and much communicated by respondents is related to various food types and nutrients for family health, pregnant women, BBBLC, milk breast productivity, infants and children growth and for the kid's brain. Meanwhile, food and nutrient information that less keen on and rare communicated by respondents is various nutritious foods for works productivity, physical health, long life, and antibody. Communication level ranges from only small talks (level 1) to ability to show empathy to the partner (level 3). Respondents gained their information about

Perilaku Komunikasi "Sadar Pangan dan Gizi" pada Akseptor KB Lestari (Kasus di Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang) (Hepi Hapsari)

food and nutrient from PLKB, PPL, community's health center staff, PKK-Posyandu cadres, village health officer, government staff, and private doctors. Printed and electronic media are not used as information sources, but it more like entertainment media.

Key words: Communication Behaviors, Food-Nutrient, Family Planning

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tujuan umum Program Keluarga Berencana (KB) di Indonesia adalah terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui tercapainya Norma Keluarga Kecil Bahagia dan Sejahtera (NKKBS). Tujuan umum tersebut kemudian dijabarkan dalam tujuan khusus secara demografis berupa penurunan tingkat fertilitas. Tujuan akhir dari program KB adalah terlahirnya konsep catur warga sebagai perwujudan dari Norma Keluarga Kecil Bahagia dan Sejahtera (NKKBS).

Makna dari NKKBS tidak semata-mata ditunjukkan oleh kuantitas anggota keluarga yang ideal, tetapi juga sangat tergantung pada kualitas manusia anggota keluarga tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi kualitas sumberdaya manusia, terutama dalam upaya mewujudkan keluarga bahagia dan sejahtera, salah satunya adalah dengan kesadaran akan pangan dan gizi. Keluarga yang sadar pangan dan gizi diartikan sebagai keluarga yang mempunyai kemampuan untuk meningkatkan status gizi keluarga, memperbaiki mutu gizi sesuai dengan kondisi makanan sehat, lebih menganeakaragamkan makanan sehari-hari berdasarkan norma empat sehat dan meningkatkan kemampuan untuk berprestasi dan produktif.

Akseptor KB Lestari adalah khalayak sasaran yang strategis untuk menyebarkan informasi "Sadar Pangan dan Gizi" karena program KB banyak disenergikan dengan program-program pemberdayaan keluarga yang lain, misalnya Posyandu dan PKK. Sasarannya sama, yakni wanita ibu rumah tangga. Untuk menyampaikan informasi pangan dan gizi kepada akseptor KB Lestari, dibutuhkan strategi komunikasi yang sesuai dengan perilaku komunikasi mereka agar penyuluhan dapat efektif. Perilaku komunikasi ini kemungkinan sangat bervariasi karena motivasi dan karakteristik pribadi individu yang berbeda.

Akseptor KB Lestari terdiri dari berbagai kelompok sosial ekonomi, yang masing-masing kelompok mempunyai perilaku komunikasi yang berbeda. Perilaku komunikasi disini diartikan sebagai upaya akseptor KB Lestari dalam menerima dan mencari informasi pangan dan gizi. Termasuk upaya memilih saluran komunikasi yang tersedia dan sesuai dengan kondisi lingkungan sosial di tempat tinggalnya maupun dimensi waktu bagi aktivitas tersebut.

Akseptor KB Lestari dapat dijadikan sebagai agen perubahan sosial dalam masyarakat ekonomi bawah karena sikapnya yang ingin maju (progresif), mudah diajak kerjasama (kooperatif) dan lestari dalam ber-KB (konsisten). Melalui komunitas KB Lestari, maka Gerakan "Sadar Pangan dan Gizi" ini diharapkan

dapat disinergikan dengan Program Keluarga Berencana bagi masyarakat ekonomi bawah dan pedesaan.

Rumusan Masalah

Keragaman perilaku komunikasi berkaitan erat dengan karakteristik pribadi individu. Menurut Rogers dan Shoemaker (1981:107) perilaku adalah wujud tindakan dan sikap. Sedangkan sikap dipengaruhi oleh persepsi. Persepsi dipengaruhi oleh karakteristik individu. Karakteristik itu dapat berupa kondisi sosial ekonomi seseorang, serta kecenderungan-kecenderungan akibat keadaan tersebut. Masing-masing individu dapat memiliki perilaku yang berbeda karena karakteristik pribadinya juga berbeda. Secara singkat masalah tersebut dapat dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Sejauh mana kedalaman (level) dan frekuensi komunikasi akseptor KB Lestari dalam mencari dan menyampaikan informasi " Pangan dan Gizi" ?
2. Siapakah nara sumber informasi Pangan dan Gizi yang banyak dihubungi oleh akseptor KB Lestari ?
3. Sejauh mana terpaan media massa terhadap Akseptor KB Lestari ?

Tinjauan Teori

Dalam pengertian yang sangat umum, perilaku menunjukkan tindakan atau respon dari sesuatu atau sistem apapun dalam hubungan dengan lingkungan atau situasi (Gould dan Kolb, 1984:245). Definisi perilaku yang cukup tua dikemukakan oleh Mc Donald (1960:167) yakni sebagai respon atau aksi yang dilakukan oleh seseorang atau segala sesuatu yang dilakukannya.

Berdasarkan pada definisi perilaku yang telah diungkapkan sebelumnya, perilaku komunikasi diartikan sebagai tindakan atau respon dalam lingkungan dan situasi komunikasi yang ada. Atau dengan kata lain, perilaku komunikasi adalah cara-cara berfikir, berpengetahuan dan berwawasan, berperasaan dan bertindak atau melakukan tindakan yang dianut seseorang, keluarga atau masyarakat dalam mencari dan menyebarkan informasi. Perilaku komunikasi juga berarti tindakan responden dalam mencari dan menyampaikan informasi melalui berbagai saluran yang ada di dalam jaringan komunikasi masyarakat setempat.

Jika mengikuti pengertian komunikasi dari model-model linier, maka perilaku komunikasi berarti tindakan atau respon terhadap sumber dan pesan. Sedangkan jika mengikuti model-model transaksional, maka perilaku komunikasi berarti tindakan seseorang sebagai pelaku komunikasi (komunikasikan), karena di sini komunikasi diartikan sebagai saling berbagai pengalaman atau *the sharing of experience* (Tubbs dan Sylvia, 1993:342).

Rogers (1993:258-261) mengungkapkan ada tiga peubah perilaku komunikasi yang sudah teruji secara empiris signifikan yaitu pencarian informasi, kontak dengan penyuluh dan keterdedahan pada media massa. Peubah yang pertama, yaitu pencarian informasi perlu didampingi dengan penyampaian informasi, sesuai dengan model komunikasi transaksional yang bersifat saling

menerima dan memberi informasi secara bergantian. Sedangkan model linier hanya bersifat memberi saja bagi sumber atau komunikator atau menerima saja bagi khalayak sasaran.

Dalam mencari dan menyampaikan informasi, sebaiknya tidak sekedar mengukur frekuensi (kuantitas) komunikasi, namun seyogyanya juga mengukur level (kualitas) komunikasi. Menurut Berlo (1983:106-132) mendeskripsikan level komunikasi adalah mengukur kedalaman (derajat) dalam mencari dan menyampaikan informasi, yang meliputi (1) sekedar berbicara ringan (*only talk*), (2) saling ketergantungan (*interdependent*), (3) *tenggang rasa (empathy)*, (4) saling interaksi (*interactive*).

Only talk ditunjukkan dengan pembicaraan yang masih bersifat umum-umum saja. Interdependent ditunjukkan dengan pembicaraan yang lebih intensif dan serius. Empathy ditunjukkan dengan kemampuan untuk menyampaikan saran-saran atas materi yang sedang dibicarakan. Sedangkan interactive ditunjukkan dengan kemampuan saling berdiskusi atau berargumentasi tentang materi yang sedang dibicarakan. Dalam berkomunikasi, seseorang tidak harus memulai dari level pertama. Bisa saja langsung pada level kedua, ketiga dan keempat.

Perilaku mencari dan menyampaikan informasi perlu dijelaskan dengan teori "situasional". Teori situasional mengisyaratkan bahwa komunikasi, kognisi, sikap dan perilaku dapat dijelaskan secara lebih baik dengan peubah situasional. Terutama, kapan dan bagaimana orang berkomunikasi tentang masalah khusus yang situasional (Grunig, 1992 :166-167). Masalah khusus yang situasional dalam penelitian ini adalah Sadar Pangan dan Gizi bagi akseptor KB Lestari untuk mewujudkan Norma Keluarga Kecil Bahagia dan Sejahtera. Usaha Perbaikan Gizi Keluarga (UPGK) seringkali dikaitkan dengan Program Keluarga Berencana di pedesaan maupun di perkotaan dalam bentuk kegiatan KB-Gizi untuk mewujudkan manusia Indonesia yang berkualitas dalam fisik dan intelektualitasnya (Anonim, 1990:13).

Sasaran langsung Gerakan "Sadar Pangan dan Gizi" berdasarkan hasil Raker Nasional UPGK (1990) adalah keluarga balita, ibu muda, ibu hamil, ibu menyusui, dan masyarakat umum. Dengan demikian akseptor KB Lestari dapat dikategorikan sebagai sasaran langsung Gerakan "Sadar Pangan dan Gizi" karena ia dapat berperan sebagai ibu yang bertugas mengasuh anak, seorang ibu muda (Pasangan Usia Subur), mungkin sedang menyusui atau hamil, dan termasuk juga sebagai masyarakat umum.

Gerakan "Sadar Pangan dan Gizi" yang disampaikan kepada masyarakat melalui pendekatan komunikasi, informasi dan edukasi (KIE) meliputi sepuluh materi informasi, yakni :

- (1) Menu makanan yang beragam dan bergizi untuk keluarga sehat
- (2) Menu makanan yang beragam dan bergizi untuk ibu hamil
- (3) Berat badan bayi lahir cukup (BBBLC)
- (4) Menu makanan yang beragam dan bergizi untuk peningkatan produksi ASI

- (5) Menu makanan yang beragam dan bergizi untuk pertumbuhan bayi dan balita
- (6) Menu makanan yang beragam dan bergizi untuk kecerdasan anak-anak
- (7) Menu makanan yang beragam dan bergizi untuk produktivitas kerja
- (8) Menu makanan yang beragam dan bergizi untuk kebugaran jasmani
- (9) Menu makanan yang beragam dan bergizi untuk umur panjang
- (10) Menu makanan yang beragam dan bergizi untuk kesehatan tubuh dan mental

Dalam penelitian ini perilaku komunikasi dideskripsikan dengan mengamati :

1. Perilaku responden dalam mencari informasi, yang ditunjukkan oleh frekuensi dan kedalaman (level) mencari 10 jenis informasi "Sadar Pangan dan Gizi".
2. Perilaku responden dalam menyampaikan informasi, yang ditunjukkan oleh frekuensi dan level menyampaikan 10 jenis informasi "Sadar Pangan dan Gizi".
3. Keterdedahan (terpaan) pada media massa.
4. Frekuensi mengunjungi sumber informasi pangan dan gizi.

Menurut Shore (1990:26) terpaan media massa berkaitan dengan pencarian informasi. Terpaan mencakup : mendengarkan, melihat, membaca, atau secara lebih umum mengalami dengan sedikitnya sejumlah perhatian minimal pada pesan media. Terpaan media massa dikotomikan ke dalam (1) sedikitnya pernah terdedah, misalnya membaca surat kabar sekali seminggu atau nonton televisi dua kali seminggu; (2) tidak terdedah (Rogers, 1996:619).

Ketika seseorang sadar akan inovasi dan ingin tahu lebih banyak, maka ia akan mencari informasi kepada orang yang layak dipercaya. Penyuluh merupakan orang penting yang dipercaya ketika seseorang masuk dalam tahap kebutuhan dan kesadaran dalam proses keputusan inovasi (Singh dan Pareek, 1988:242). Untuk mengukur kontak dengan penyuluh digunakan jumlah kontak sebulan atau setahun terakhir (Conteras, 1990:120).

Dalam hubungannya dengan perilaku komunikasi dan adopsi inovasi, ada beberapa peubah karakteristik sosial ekonomi yang bisa menerangkan perilaku komunikasi lebih komprehensif, antara lain : karakteristik demografi seperti umur, pendidikan dan pendapatan (Bettinghaus, 1983:80-83).

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian adalah akseptor KB Lestari di Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Jumlah populasi 2 854 orang yang tersebar tidak merata di 12 desa. Metode penelitian survei deskriptif. Sampel sebanyak 135 orang yang diambil secara acak sederhana dan proporsional (*simple random proporsional*). Masing-masing desa terwakili 5 % dari jumlah akseptor KB Lestari yang ada di desa tersebut.

Perilaku Komunikasi "Sadar Pangan dan Gizi" pada Akseptor KB Lestari (Kasus di Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang) (Hepi Hapsari)

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif berdasarkan tabulasi frekuensi. Jenis data primer terdiri dari : (1) perilaku mencari informasi "Pangan dan Gizi" meliputi frekuensi dan level mencari informasi, (2) perilaku menyampaikan informasi "Pangan dan Gizi" meliputi frekuensi dan level menyampaikan informasi, (3) terpaan media massa, dan (4) kontak dengan nara sumber informasi. Terpaan media massa terdiri dari terpaan pada media massa cetak, radio, dan televisi, selama seminggu terakhir yang dinyatakan dalam jam.

Cara pengambilan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) dan pengamatan berpartisipasi. Pengamatan berpartisipasi diperlukan untuk melihat kedalaman (level) komunikasi. *Only talk (level 1)* ditunjukkan dengan pembicaraan yang masih bersifat umum-umum saja. *Interdependent (level 2)* ditunjukkan dengan pembicaraan yang lebih intensif dan serius. *Empathy (level 3)* ditunjukkan dengan kemampuan untuk menyampaikan saran-saran atas informasi yang sedang dibicarakan. Sedangkan *interactive (level 4)* ditunjukkan dengan kemampuan saling berdiskusi atau berargumentasi tentang informasi yang sedang dibicarakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian adalah ibu rumahtangga akseptor KB Lestari di Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Kecamatan Jatinangor dipilih karena terdapat program KB-Gizi yang masih aktif, namun disisi lain terdapat kasus gizi kurang pada balita sebanyak 5 % dan berat badan bayi lahir kurang sebanyak 3 % (Dinkes Kab. Sumedang, 2005). Ibu rumahtangga dipilih sebagai responden karena menurut norma yang berlaku di masyarakat, ibu adalah pengelola pangan keluarga dan umumnya menjadi subyek utama dari program KB. Secara kodrati, ibu rumahtangga senang dan mempunyai cukup waktu untuk bersosialisasi seperti bertetangga, "ngerumpi", pengajian, arisan, belanja di tukang sayur, mengantar anak ke sekolah, dlsb. Sehingga mereka dapat dipakai sebagai agen informasi bagi kaum wanita yang lain, atau paling tidak bagi keluarganya sendiri.

Hasil penelitian perilaku komunikasi responden disajikan dalam empat bagian, yaitu (1) perilaku mencari informasi Pangan dan Gizi; (2) perilaku menyampaikan informasi Pangan dan Gizi; (3) terpaan media massa; dan (4) kontak dengan sumber informasi Pangan dan Gizi. Perilaku mencari dan menyampaikan informasi diukur secara kuantitatif dengan melihat frekuensi dan secara kualitatif dengan melihat level pencarian maupun penyampaian informasi.

(1) Perilaku Mencari Informasi Pangan dan Gizi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar (50 % lebih) responden tidak mencari informasi tentang makanan untuk produktivitas kerja, kebugaran jasmanai, umur panjang dan makanan untuk ketahanan tubuh dan mental, karena belum tertarik dan belum menjadi kebutuhan yang mendesak. Level pencarian informasi untuk empat materi tersebut, baru sebatas level satu dan

dua, yang berarti sekedar tahu sambil lalu (*only talk*) sampai bertanya pada orang-orang tertentu (*interdependent*)

Tabel 1. Distribusi responden berdasarkan jenis dan frekuensi pencarian informasi Pangan dan Gizi, sebulan terakhir.

JENIS INFORMASI Makanan beragam dan bergizi untuk :	Tdk. Pernah (%)	1-2 kali (%)	3-4 kali (%)	> 4 kali (%)
1. Keluarga sehat	3,7	31,1	43	25,9
2. Ibu hamil	8,9	25,9	40,7	17
3. Berat badan bayi lahir cukup	25,9	20,7	41,5	11,9
4. Produktivitas ASI	10,4	36,3	37	16,3
5. Pertumbuhan bayi & balita	7,4	40,7	37	14,8
6. Kecerdasan anak-anak	15,6	45,2	29,6	9,6
7. Produktivitas kerja	59,2	22,2	11,1	6,7
8. Kebugaran jasmani	66,7	25,9	7,4	0
9. Umur panjang	71,1	21,5	7,4	0
10. Ketahanan tubuh	63,7	25,9	10,4	0

Tabel 2. Distribusi responden berdasarkan jenis dan level pencarian informasi Pangan dan Gizi sebulan terakhir.

JENIS INFORMASI Makanan beragam dan bergizi untuk :	Tidak mencari (%)	Level 1 (%)	Level 2 (%)	Level 3 (%)	Level 4 (%)
1. Keluarga sehat	3,7	40,7	37	17	1,5
2. Ibu hamil	8,9	41,5	35,6	11,1	3
3. Berat badan bayi lahir cukup	25,9	27,4	21,5	8,2	1,5
4. Produktivitas ASI	10,4	40,7	37,8	8,9	2,2
5. Pertumbuhan bayi & balita	7,4	43,7	34,8	12,6	1,5
6. Kecerdasan anak-anak	15,6	38,5	34,1	10,4	1,5
7. Produktivitas kerja	59,2	15,6	11,1	6,7	1,5
8. Kebugaran jasmani	66,7	13,3	12,6	5,9	1,5
9. Umur panjang	71,1	11,1	11,1	5,2	1,5
10. Ketahanan tubuh	63,7	15,6	13,3	5,9	1,5

Keterangan :

Level 1 = mencari informasi sekedarnya (*only talk*)

Level 2 = mencari informasi secara khusus kepada orang-orang tertentu (*interdependent*)

Level 3 = mencari informasi sampai mampu berempati terhadap sumber (*empathy*)

Level 4 = mencari informasi sampai mampu bertukar pikiran dgn sumber (*interactive*)

Materi informasi yang banyak dicari responden mengenai makanan untuk keluarga sehat, ibu hamil, berat badan bayi lahir cukup (BBBLC), produktivitas air susu ibu (ASI), pertumbuhan bayi dan balita, serta makanan untuk kecerdasan anak-anak. Keadaan ini karena kesehatan bayi, balita, ASI dan kecerdasan anak-anak menjadi perhatian utama ibu rumahtangga di Jatinangor. Menurut Sajogyo (1978:160) masyarakat pedesaan umumnya masih mengutamakan informasi pangan dan gizi yang mendasar seperti kesehatan anak, ibu dan keluarga. Informasi tersebut menjadi bagian pembicaraan ibu-ibu di setiap kesempatan. Mereka mencari informasi rata-rata 1-4 kali sebulan dengan level (kedalaman) 2 sampai level 3. Artinya mereka mencari informasi pada orang-orang tertentu yang dianggap lebih tahu dan sudah mampu memberikan saran-saran terhadap topik pembicaraan.

Perilaku hidup yang khusus mengarah pada produktivitas kerja, kebugaran jasmani, ketahanan tubuh dan usia panjang, belum begitu membudaya di masyarakat setempat. Meskipun jika dikaji lebih mendalam umumnya responden ingin senantiasa tetap sehat dan bisa bekerja. Bagi responden yang bekerja sebagai PNS dan petani, bekerja dianggap sebagai rutinitas sehari-hari yang cenderung bersifat statis dan kurang dituntut target hasil. Kecuali bagi responden yang berdagang, wirausaha, bekerja di perusahaan swasta, maka kuantitas dan kualitas hasil kerja sangat menentukan besarnya perolehan uang.

Responden (para ibu) cenderung lebih mengutamakan kepentingan keluarga dibandingkan kepentingan pribadinya. Ini tercermin dari materi informasi pangan dan gizi yang banyak dicari dan diminati umumnya yang berkaitan dengan kesehatan bayi, balita, anak-anak dan keluarga. Informasi mengenai kebugaran jasmani, umur panjang, dan ketahanan tubuh yang merupakan kebutuhan pribadi belum menjadi perhatian serius bagi responden.

Dalam Lokakarya Pengembangan Strategi KIE Gerakan Sadar Pangan dan Gizi, tanggal 8-12 Juli 1991, Aida Vitayala S. Hubeis mengemukakan :

"Perempuan (kaum ibu) sering dibebani tanggungjawab pengaturan pangan dan gizi bagi anak-anak, suami dan orangtua, padahal banyak diantara kaum ibu sendiri yang menderita kurang gizi, terutama di daerah pedesaan"

"Perempuan sering menjadi khalayak sasaran berbagai program pangan, gizi dan KB, karena berasumsi pada aspek biologis dan fungsi reproduktif perempuan, serta aspek dapur urusan perempuan. Walaupun kesimpulan berbagai studi menunjukkan perempuanlah yang selalu jadi korban kekurangan gizi. Perempuan adalah yang selalu bereksperimen dengan berbagai kontrasepsi, tetapi yang memutuskan dan menilai efektifitasnya justru lelaki".

Oleh karena itu Aida Vitayala menyarankan agar lelaki (suami) perlu dipertimbangkan sebagai khalayak sasaran program pangan, gizi dan KB, agar tidak terjadi *gap komunikasi, informasi dan konflik aplikasi edukasi inovasi gizi dan KB*. Masalah pangan dan gizi seyogyanya tidak hanya menjadi tanggungjawab para ibu, tetapi juga para ayah, manula, bahkan juga anak-anak yang dilatih sejak usia dini.

(2) Perilaku Menyampaikan Informasi Pangan dan Gizi

Dalam proses komunikasi yang faktual, arus pesan tidak selalu bergerak satu arah dari sumber ke penerima informasi. Sering terjadi, arus pesan bergerak timbal balik secara dinamis dari sumber ke penerima pesan, dan sebaliknya. Menurut model komunikasi transaksional, seseorang dapat menjadi sumber pesan dan sekaligus menjadi penerima pesan. Oleh karena itu penelitian ini juga mengkaji penyampaian informasi pangan dan gizi yang dilakukan oleh responden.

Materi yang dikuasai responden dan sering disampaikan kepada orang lain adalah masalah makanan untuk keluarga sehat, ibu hamil, BBBLC, ASI, pertumbuhan bayi dan balita, serta makanan untuk kecerdasan anak-anak.

Tabel 3. Distribusi responden berdasarkan jenis dan frekuensi penyampaian informasi Pangan dan Gizi sebulan terakhir.

JENIS INFORMASI Makanan beragam dan bergizi untuk :	Tdk. Pernah (%)	1-2 kali (%)	3-4 kali (%)	> 4 kali (%)
1. Keluarga sehat	2,2	44,4	25,9	7,4
2. Ibu hamil	27,5	40,7	24,4	13,3
3. Berat badan bayi lahir cukup	59,3	37	2,22	1,5
4. Produktivitas ASI	23	40	23,7	13,3
5. Pertumbuhan bayi & balita	28,9	44,4	23	3,7
6. Kecerdasan anak-anak	33,3	38,5	24,4	3,7
7. Produktivitas kerja	75,6	20,7	3,7	0
8. Kebugaran jasmani	81,5	14,8	3,7	0
9. Umur panjang	82,2	14,8	3	0
10. Ketahanan tubuh	80	17	3	0

Perilaku Komunikasi "Sadar Pangan dan Gizi" pada Akseptor KB Lestari (Kasus di Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang) (Hepi Hapsari)

Tabel 4. Distribusi responden berdasarkan jenis dan level penyampaian informasi Pangan dan Gizi sebulan terakhir.

JENIS INFORMASI	Tidak menyampaikan (%)	Level 1 (%)	Level 2 (%)	Level 3 (%)	Level 4 (%)
Makanan beragam dan bergizi untuk :					
1. Keluarga sehat	22,2	60,7	14	3	0
2. Ibu hamil	27,5	60	17	1,5	0
3. Berat badan bayi lahir cukup	59,3	34	5,25	1,5	0
4. Produktivitas ASI	23	57	13,3	6,7	0
5. Pertumbuhan bayi & balita	29	58	10,4	3	0
6. Kecerdasan anak-anak	33,3	55,6	7,4	3,7	0
7. Produktivitas kerja	75,6	16,3	5,9	2,2	0
8. Kebugaran jasmani	81,5	10,4	6,7	1,5	0
9. Umur panjang	82,2	9,6	6,7	1,5	0
10. Ketahanan tubuh	80	11,9	6,7	1,5	0

Keterangan :

Level 1 = menyampaikan informasi sekedarnya (*only talk*)

Level 2 = menyampaikan informasi secara khusus kepada orang-orang tertentu (*interdependent*)

Level 3 = menyampaikan informasi sampai mampu berempati terhadap penerima (*empathy*)

Level 4 = menyampaikan informasi sampai mampu bertukar pikiran dengan penerima (*interactive*)

Penyampaian informasi berkaitan erat dengan pencarian informasi. Apa yang disampaikan, sama dengan apa yang dicari karena hanya materi yang diminati dan dikuasai yang bisa disampaikan. Jika ada yang bertanya tentang materi selain yang dikuasai dan diminati, maka responden cenderung merujuk kepada nara sumber formal seperti PLKB, kader PKK, kader Posyandu dan yang lainnya. Mereka tidak mau repot berfikir untuk hal-hal yang tidak dilakukan sehari-hari.

(3) Terpaan Media Massa

Rata-rata jumlah jam baca media cetak adalah 3 jam per minggu, dengan jumlah jam baca terbesar pada tabloid sebanyak 1,7 jam, majalah wanita 1 jam dan surat kabar umum 0,3 jam. Media massa cetak maupun elektronik, lebih utama sebagai hiburan daripada sebagai sumber informasi Pangan dan Gizi. Responden memperoleh Informasi Pangan dan Gizi dari nara sumber, bukan dari media.

Terpaan siaran radio rata-rata 3,5 jam per minggu. Responden yang tidak pernah mendengarkan radio cukup besar yakni 29 %. Alasannya adalah minat dan kesempatan mendengarkan radio sudah tergeser oleh adanya televisi yang lebih menarik dengan jumlah stasiun semakin banyak, jenis program beragam dan jam siaran semakin panjang. Acara yang paling disukai adalah musik untuk wanita. Terpaan televisi paling tinggi dibandingkan media lainnya, yakni rata-rata 21 jam per minggu. Menurut Shore (1990:116), media yang menjangkau

sebagian besar panca indera lebih disukai khalayak, sehingga lebih efektif untuk penyuluhan. Lebih jauh Shore mengemukakan bahwa kebiasaan seseorang terhadap suatu media berkaitan dengan kebiasaan terhadap media lainnya. Secara kumulatif, terpaan media massa baik cetak maupun elektronik rata-rata sebanyak 27,5 jam per minggu.

Tabel 5. Terpaan (terdedahan) media massa seminggu terakhir.

Jenis Media	Terdedah (%)	Tak terdedah (%)	Rata-rata terdedah (jam/minggu)
Media massa cetak	89,6	10,4	3
Radio	71	29	3,5
Televisi	100	0	21

(4) Kontak dengan Sumber Informasi Pangan dan Gizi

Responden yang menggunakan sumber formal (64 %) lebih banyak daripada yang menggunakan sumber non formal, dengan alasan informasinya dapat dipercaya. Sesuai dengan Singh dan Pareek (1978:242) yang menyatakan jika nara sumber formal telah dipercaya sebagai pembawa informasi yang akurat bagi suatu inovasi yang terdahulu, maka ia akan tetap dipercaya dan dijadikan sumber informasi untuk inovasi berikutnya.

Responden yang menggunakan sumber non formal (36 %) mempunyai alasan bahwa sumber non formal lebih mudah dihubungi, lebih bebas dan mempunyai pengalaman yang sama (senasib). Pendapat Sajogyo (1978:178) mengemukakan bahwa pada sebagian masyarakat pedesaan yang masih lokalit dan tradisional, mereka cenderung lebih mempercayai pemimpin non formal, teman dan tetangga sebagai kelompok acuan dan sumber informasi.

Tabel 6. Kontak dengan sumber informasi Pangan dan Gizi

Nara Sumber Informasi	Responden yang kontak (%)	Frekuensi kontak per bulan
Formal : PLKB, PPL, kader PKK, kader Posyandu, petugas Puskesmas, aparat desa, bidan desa, dokter/bidan swasta.	64	1-2 kali
Non Formal : Teman, tetangga, saudara, keluarga	36	3-4 kali

KESIMPULAN DAN SARAN

Materi informasi Pangan dan Gizi yang diminati dan banyak dikomunikasikan (dicari dan disampaikan) responden meliputi makanan yang beragam dan bergizi untuk keluarga sehat, ibu hamil, BBBLC, produktivitas ASI, pertumbuhan bayi dan balita, serta kecerdasan anak-anak. Sedangkan materi informasi Pangan dan Gizi yang kurang diminati dan kurang dikomunikasikan responden meliputi makanan yang beragam dan bergizi untuk produktivitas kerja, kebugaran jasmani, umur panjang, dan ketahanan tubuh. Level komunikasi berada dalam rentang : sekedar bicara ringan (level 1) sampai mampu menyampaikan saran-saran (level 3).

Responden mendapatkan informasi Pangan dan Gizi dari nara sumber formal maupun informal. Media massa cetak maupun elektronik tidak digunakan sebagai sumber informasi Pangan dan Gizi, namun lebih berfungsi sebagai media hiburan.

SARAN

Peran nara sumber KB-Gizi-Kesehatan cukup tinggi sebagai tempat mencari informasi Pangan dan Gizi. Oleh karena itu, pemberdayaan nara sumber, khususnya petugas lapangan perlu ditingkatkan melalui pendidikan, fasilitas dan insentif.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 1990. Panduan KB Lestari dan KB Mandiri. Disusun bersama oleh Ikatan Penulis Keluarga Berencana (IPKB), Serikat Pekerja Seluruh Indonesia (SPSI) dan PT Falwa Arika. Jakarta.

Anonim. 2004/2005. Laporan Evaluasi KB-Gizi dan Ketahanan Pangan, Dinas Kesehatan Kabupaten Sumedang. Propinsi Jawa Barat.

Anonim. 2004/2005. Laporan Tahunan Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Jawa Barat.

Berlo, D.K. 1983. *The Process of Communication*. Holt, Rinehart and Winston. New York.

Bettinghaus, E.P. 1983. *Persuasive Communication*. Holt, Rinehart and Winston. New York.

Conteras, E. 1990. *Brazil and Guatemala : Communication, rural, modernity and structural constraints*. Edited by Emile G. Mc. Anany. *Communication in rural third world. The role of information in development*. Praeger. New York.

Gould, J. and W.L. Kolb (Eds). 1984. *A Dictionary of The Social Sciences*. The Free Press. New York.

Grunig, J.E. 1992. *The Message-attitude-behavior relationship*. *Communication behavior of organization*. *Communication Research* 9 (April) : 163-200.

- Mc Donald, F.J. 1960. *Educational Psychology*. Wadworth. San Franscisco.
- Rogers, E.M. and F.F. Shoemaker. 1981. *Communication of Innovations*. The Free Press. New York.
- Rogers, E.M. 1993. *Diffusion of Innovations*. Fourth edition. The Free Press. New York.
- Sajogyo. 1978. *Bagaimana Melembagakan UPGK ? Lembaga Penelitian Sosiologi Pedesaan IPB-Bogor*.
- Shore, L. 1990. *Mass Media for Development : A re examination of access, exposure and impact*. Edited by Emile G. Mc. Anany. *Communication in rural third world. The role of information in development*. Praeger. New York.
- Singh, Y.P. and U. Pareek. 1978. *Source of Communication at Different Stages of Adoption Farm Practice*. Dihimpun oleh Margono Slamet dalam *Kumpulan Bahan Bacaan Penyuluhan Pertanian*. Edisi ketiga. IPB-Bogor.
- Tubbs, S. and M. Sylvia. 1993. *Human Communication*. Fifth edition. Random House. New York.