

## ABSTRAK

Sekitar setengah dari anak-anak di seluruh dunia masih belum mendapatkan pemberian ASI eksklusif. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pemberian ASI eksklusif salah satunya adalah faktor perilaku-psikologi yang didalamnya terdapat efikasi diri. Efikasi diri dapat dianggap sebagai prediktor terkuat menyusui. Salah satu sumber dari efikasi diri adalah persuasi verbal/ajakan secara verbal. *Message-framing* merupakan suatu bentuk taktik persuasi yang dapat digunakan sebagai metode promosi ASI eksklusif dalam upaya peningkatan efikasi diri ibu menyusui. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh metode *message-framing* terhadap efikasi diri ibu menyusui di puskesmas Umbulharjo II Kota Yogyakarta.

Desain penelitian ini menggunakan rancangan eksperimental *pre test and post test with control group design* dengan jumlah sampel 75 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *total sampling*. Responden dibagi menjadi tiga kelompok yang terdiri dari satu kelompok kontrol dan dua kelompok eksperimen yaitu eksperimen 1 yang mendapatkan *message-framing* tipe *gain-framing* dan kelompok eksperimen 2 mendapatkan *loss-framing*. Efikasi diri diukur dengan instrumen *Breastfeeding Self Efficacy Scale Short Form*. Hasil dianalisis dengan uji *Wilcoxon*, *Mann Withney*, dan *Kruskal Wallis*.

Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan dari pemberian metode *message-framing* terhadap efikasi diri dengan nilai signifikan 0,004. Namun tidak ada perbedaan yang signifikan antara metode *message-framing* tipe *gain-framing* dan *loss framing* dengan nilai signifikan 0,225.

**Kata Kunci:** Efikasi diri, Menyusui, *Message-framing*

## **ABSTRACT**

*About half of children still could not get the exclusive breastfeeding. One of factors that could influence a mother to do an exclusive breastfeeding is psychological factors which is self efficacy. Self efficacy could be considered as the strongest predictor of breastfeeding. One of self efficacy sources is verbal persuasion. Message-framing is a form of persuasion tactics that can be used as a method of promoting exclusive breastfeeding to increase the self-efficacy of mothers. This study aimed to determine the effect of message-framing on self-efficacy of breastfeeding mothers in the area of Umbulharjo II primary health center in Yogyakarta.*

*The design of this study was experimental pre test and post test with control group design. The sample of this study was 75 participants and it was using total sampling method. The participants were classified into three groups with the same amount of members in each groups. The groups were control group, experiment 1 who would get the gain-framing message, and experiment 2 with loss-framing message. The self efficacy was scored using The Breastfeeding Self Efficacy Scale-Short Form. This study used Wilcoxon, Mann Withney, and Kruskal Wallis analysis.*

*Result of this study showed that there was a significant influence of message framing method with the self efficacy showed by p value 0,004 but there was no significant difference between gain framing and loss framing with p value 0,225.*

**Keywords:** *Self efficacy, breast feeding, message-framing*