

Promosi produk formula, makanan pendamping ASI dan makanan ringan buatan pabrik biasa diberikan kepada anak-anak, sering ditemukan di gerai penjualan di Kota Bandung, Indonesia

Artikel lengkap dapat diakses di: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/mcn.12808>

Abstrak

Beberapa penelitian telah mendokumentasikan pemasaran makanan dan minuman buatan pabrik untuk bayi dan anak-anak di Jawa Barat, Indonesia. Untuk mengetahui prevalensi promosi di gerai penjualan untuk produk buatan pabrik yang diberikan kepada anak-anak di Kota Bandung, 43 toko kecil dan besar dikunjungi pada tahun 2017. Promosi formula, makanan pendamping ASI buatan pabrik dan beberapa jenis produk makanan ringan buatan pabrik difoto dan dicatat informasi karakteristik promosinya. Ada 402 dan 206 promosi yang diamati untuk masing-masing produk formula dan makanan pendamping buatan pabrik. Enam belas promosi formula untuk bayi usia di bawah 12 bulan ditemukan di 42,9% toko yang menjual formula, dimana hal ini melanggar peraturan nasional. Hampir semua promosi formula (98,3%), termasuk produk formula untuk usia 1 tahun ke atas (susu pertumbuhan). Dari semua produk formula yang tersedia untuk dijual, setengah dari formula bayi/formula lanjutan dan 77,2% dari susu pertumbuhan dipromosikan. Makanan pendamping ASI buatan pabrik ditemukan di 97,7% toko, dan 81,0% dari toko ini memiliki promosi; 70,5% dari semua produk makanan pendamping ASI buatan pabrik yang tersedia, dipromosikan. Dari 2.451 promosi produk makanan ringan yang diamati, 17,3% menggunakan teknik promosi yang menargetkan anak kecil atau pengasuh. Promosi bersama adalah hal yang umum, formula dan makanan pendamping ASI buatan pabrik dipasarkan bersama dengan produk makanan ringan buatan pabrik; 49,0% dari promosi formula adalah promosi bersama antara formula – makanan ringan, dan 80,0% atau lebih dari promosi formula bayi / formula lanjutan termasuk makanan ringan buatan pabrik. Merevisi dan menegakkan peraturan pemasaran makanan dan minuman bayi untuk memastikan konsistensi dengan standar global diperlukan untuk melindungi dan mempromosikan pemberian makan bayi dan anak yang optimal di Indonesia.

Pesan Kunci

- Promosi produk makanan bayi dan anak buatan pabrik tersebar luas di gerai penjualan di Kota Bandung, Indonesia.
- Ditemukan pelanggaran terhadap peraturan Indonesia dan Kode Internasional Pemasaran Pengganti ASI.
- Hampir semua promosi formula termasuk susu pertumbuhan dan 49,0% termasuk promosi bersama dengan produk makanan ringan buatan pabrik.
- Hampir seperlima promosi untuk lima kategori produk makanan ringan ditargetkan untuk anak-anak atau pengasuh.
- Penegakkan peraturan nasional diperlukan untuk mencegah promosi yang dapat berdampak negatif terhadap pemberian makan anak. Peraturan tambahan harus dipertimbangkan untuk membatasi promosi produk formula untuk anak-anak yang lebih besar promosi bersama formula dengan makanan ringan, promosi makanan pendamping buatan pabrik yang tidak sesuai, dan iklan makanan ringan tidak sehat yang menargetkan anak-anak.