

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bagi sang ibu kelahiran anak merupakan suatu momen terpenting dan membahagiakan dalam kehidupannya yang juga diikuti tanggung jawab besar dan tekanan tinggi. Setelah proses kelahiran, terjadi penurunan hormon estrogen dan progesteron pada tubuh ibu yang menyebabkan ketidakstabilan suasana hati dan mental ibu (Adrian, 2019). Perubahan tersebut rentan memicu fisik dan emosi negatif seperti stress yang menimbulkan kecenderungan menangis, kecemasan yang berlebihan, susah tidur, hingga gangguan mental. *World Health Organization* (WHO) mengungkapkan bahwa dari 10 dari 1000 kelahiran, terdapat wanita mengalami depresi ringan setelah melahirkan. Selain itu, 20 dari 1000 ibu yang melahirkan juga berisiko mengalami depresi sedang hingga berat pasca kelahiran. Nurbaeti (2019) mengatakan bahwa di Indonesia tingkat potensi depresi pasca kelahiran mencapai 2,5% hingga 22,3%.

Postpartum depression atau depresi pasca melahirkan merupakan sejenis gangguan mental yang dialami oleh ibu setelah dua minggu atau lebih pasca melahirkan anak yang mempengaruhi emosi dan perilaku ibu (Setiaputri, 2021). Gejala *postpartum depression* umumnya ditandai dengan seringnya merasa sedih dan menangis yang berkepanjangan, kesulitan tidur, penurunan atau meningkatnya nafsu makan, pemikiran dan emosi yang negatif, hingga adanya pemikiran untuk menyakiti bayi ataupun bunuh diri. Ibu yang baru mengalami kelahiran pertama lebih berisiko 25% mengalami *postpartum depression* dibandingkan dengan ibu yang telah melahirkan lebih dari satu anak (Kusuma, 2017).

Samria dan Haerunnisa (2021) mengatakan bahwa tubuh ibu baru mengalami penurunan yang dratis, kondisi tubuh yang tidak stabil dan harus beradaptasi lingkungan baru dengan peran sebagai ibu baru yang dapat menguras energi tubuh dan mental ibu. Dalam jurnal berjudul “Faktor Risiko Depresi Pasca Persalinan di

Negara-Negara Asia Tenggara”, terdapat 50-70% ibu di Indonesia mengalami *postpartum depression* yang disebabkan oleh sang ibu tidak mampu beradaptasi dengan peran barunya disertai dengan kondisi tubuh lemah yang masih belum pulih dari persalinan (Mustofa, Hapsari, Nabiila, Putri, Nurissyita, & Prasetya, 2021).. Maka dari itu, sang ibu membutuhkan dukungan dari orang disekitarnya terutama suami dengan kesediaan, komunikasi, dan pemahaman baik pada situasi ibu. Dukungan dapat dijadikan sebagai metode yang efisien dalam merendahkan tingkat stress dari tekanan psikologis ibu.

Arianti (2019) mengatakan bahwa dukungan suami sangat penting karena memberikan pengaruh besar kepada ibu dalam penyesuaian diri dan perawatan anak. Apabila ibu baru tidak didukung dengan baik, sang ibu akan mengalami risiko *postpartum depression* sebesar 6,013 kali karena pikiran ibu masih belum stabil dan mudah tersinggung dalam masa *postpartum* (Fairus & Widiyanti, 2014). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Al Mutairi (dalam L. Winarni, E. Winarni dan Ikhlasih, 2017), terdapat 16% ibu mengalami *postpartum depression* dikarenakan kekurangan dukungan dari suami. Pikiran yang tidak stabil tersebut menyebabkan sang ibu melakukan tindakan sesuai dengan delusi dengan anggapan bahwa mereka gagal menjadi ibu baik untuk anaknya sehingga berujung ke pembunuhan anaknya atau bunuh diri (Wulandari & Yumni, 2019). Pada kutipan berita Merdeka, seorang ibu berumur 25 tahun berani membuang bayi ke sumur akibat keluhan dari sisi keluarga suaminya karena dinilai tidak mampu memberi anaknya air susu ibu (Billiocta, 2022). Maka dari itu, *postpartum depression* tidak boleh dianggap remeh dan harus ditangani untuk keharmonisan keluarga.

Rachmadi (1993) mengungkapkan bahwa kampanye adalah upaya untuk mempersuasi masyarakat melakukan hal yang diinginkan dalam bentuk media dan kegiatan yang sistematis. Kampanye dapat berfungsi sebagai media komunikasi yang bersifat mempersuasi perilaku dan emosi para audiens. Maka dari itu, penulis merancang kampanye mengenai peranan suami pada ibu hamil berusia 26-35 tahun dalam pencegahan *postpartum depression* di DKI Jakarta. Kampanye ini akan diselenggarakan bersama dengan lembaga *Depression Warriors Indonesia*. Alasan

penulis memilih lembaga tersebut dikarenakan lembaga tersebut memiliki tujuan yang sama dengan penulis yaitu menghancurkan stigma buruk atau pandangan buruk yang berhubungan dengan depresi.

Saat ini mayoritas kampanye *postpartum depression* dilaksanakan di sosial media seperti *Twitter*, *Facebook*, dan *Instagram* dengan informasi seperti gejala, penyebab beserta pencegahan *postpartum depression*. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, kampanye tersebut kebanyakan hanya ditargetkan kepada ibu baru bukan kepada para suami. Namun penulis mendapatkan satu kampanye dimana tertuju pada suami dan memberikan informasi mengenai gejala *postpartum depression* beserta hal yang seharusnya dilakukan untuk mencegah terjadinya penghakiman pada ibu dan membuat suami mengerti situasi ibu. Akan tetapi, dikarenakan kampanye tersebut hanya diselenggarakan di media sosial yaitu *Twitter*, penyebaran informasi tersebut terbatas dan hanya dilihat oleh audiens yang mengikut akun tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, penulis mampu mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Sang ibu tidak mampu beradaptasi dengan peran barunya dikarenakan kurangnya dukungan dari orang terdekat.
2. *Postpartum depression* masih dipandang sebagai hal yang aib bagi suatu keluarga tertentu sehingga mempengaruhi minat suami untuk mendukung istri.
3. Mayoritas suami masih melihat bahwa *baby blues* dan *postpartum depression* adalah hal yang sama dikarenakan terdapat kesamaan gejala.
4. Kampanye *postpartum depression* sebelumnya hanya sebatas sosial media dan menginformasikan gejala, penyebab dan pencegahan *postpartum depression* saja.

Setelah penjabaran masalah, penulis mampu menyatakan rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan yaitu:

Bagaimana perancangan kampanye mengenai peranan suami pada ibu hamil berusia 26-35 tahun dalam pencegahan *postpartum depression* di DKI Jakarta?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, berikut adalah batasan masalah yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk ditunjukan kepada target dibutuhkan:

1.3.1 Demografis

- a. Jenis kelamin : Laki-laki
- b. Usia : 26-35 tahun

Menurut CNN Indonesia (2022), berdasarkan kualitas sperma, usia yang paling subur bagi pria adalah pria berusia 22 dan 25 tahun, namun kesuburan sperma tersebut bisa mencapai sebelum usia 35 tahun. Apabila umur pria tersebut mencapai 35 tahun, maka kesuburan sperma akan berkurang seiring dengan bertambahnya umur. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1979 berkenaan dengan Kesejahteraan Anak, seseorang masih dianggap sebagai anak apabila umur individu tersebut masih berada dibawah usia 21 tahun dan masih belum menjalin pernikahan. Namun berdasarkan Depkes RI (2009), individu dengan berusia 26-35 tahun dianggap sebagai masa dewasa awal, sedangkan individu dengan usia 36- 45 tahun dianggap sebagai dewasa akhir (Amin & Juniati, 2017). Selain itu, menurut Kompas (2021), 5 Perancangan Kampanye mengenai..., Elvia, Universitas Multimedia Nusantara satu pasangan dapat menikah dengan umur mereka minimal 21 tahun dengan alasan untuk menjaga kesehatan pasangan beserta anak dimasa depannya.

c. Tingkat ekonomi : SES B

Alasan penulis memilih SES B dikarenakan dari hasil kuesioner yang dilakukan menunjukkan bahwa kebanyakan ayah yang memiliki persepsi salah mengenai postpartum depression adalah suami yang menghasilkan pendapatannya antara Rp. 5.000.000 – Rp. 5.999.999.

d. Tingkat pendidikan : Minimal SMA

e. Status : Sudah menikah

1.3.2 Geografis

Provinsi : DKI Jakarta

DKI Jakarta didapati memiliki kasus postpartum depression tertinggi dibanding daerah lainnya. Menurut RSUP (Rumah Sakit Umum Pusat) Cipto Mangunkusumo Jakarta, terdapat 33% ibu yang mengalami postpartum depression. (Fairus & Widiyanti, 2014).

1.3.3 Psikografis

Preferensi : Suami yang hanya berpikir untuk memiliki anak dan kurang memperhatikan mental ibu.

Habit : Suami yang masih belum memahami postpartum depression dan menganggap bahwa perilaku ibu postpartum depression tergolong gila karena persepsi salah.

Lifestyle : *Believers*

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Untuk merancang kampanye mengenai peran suami pada ibu hamil berusia 26-35 tahun dalam pencegahan *postpartum depression* di DKI Jakarta.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut adalah penjabaran manfaat tugas akhir oleh penulis yang dibagikan menjadi empat kategori yaitu:

1.5.1 Manfaat bagi Penulis

Perancangan tugas akhir mengenai perancangan kampanye mengenai dukungan ayah pada ibu hamil dalam pencegahan *postpartum depression* memberikan penulis manfaat yaitu memperoleh wawasan mengenai kehidupan ibu setelah kelahiran anak dan pentingnya dukungan orang terdekat pada masa *postpartum*. Selain memberikan manfaat dalam bentuk wawasan, perancangan ini bermanfaat sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana desain.

1.5.2 Manfaat bagi Ayah

Dengan perancangan media kampanye ini, sang ayah paham bahwa *postpartum depression* bukan hanya stress biasa dan pantas mendapatkan perhatian dari para ayah demi keharmonisan keluarga. Para ayah mengetahui bahwa pemberian dukungan merupakan hal terpenting yang harus dilakukan sebagai ayah kepada ibu agar sang ibu dapat beradaptasi dengan baik. Kampanye ini dapat memberikan kesadaran bagi ayah yang masih berpikiran negatif dan bagi para ayah yang kurang peka dengan situasi ibu yang memiliki risiko mengalami *postpartum depression*.

1.5.3 Manfaat bagi Ibu

Dengan kesadaran ayah mengenai *postpartum depression*, sang ibu mendapatkan dukungan yang seharusnya dia dapatkan pada masa *postpartum*. Dengan pemahaman dan dukungan ayah, risiko *postpartum depression* akan menurun begitu juga dengan tingkat stress ibu. Hasil dari kelakuan tersebut dapat mempengaruhi hubungan ayah dan ibu menjadi lebih erat dan berjalur ke hubungan keluarga yang bahagia.

1.5.4 Manfaat bagi Universitas

Perancangan ini memberikan manfaat kepada universitas sebagai media penyebaran *awareness* kepada universitas seperti mahasiswa serta menjadikan tugas akhir sebagai sumber referensi kepada mahasiswa angkatan kedepannya terkait dengan perancangan kampanye mengenai peranan suami pada ibu hamil dalam pencegahan *postpartum depression*

