

ABSTRAK

Baby blues syndrome merupakan depresi yang dirasakan oleh seorang ibu setelah melahirkan. Dalam ilmu psikologi depresi ini termasuk dalam golongan depresi ringan, akan tetapi *baby blues syndrome* ini akan berbahaya apabila si penderita tidak mengetahui gejala, faktor dan juga cara mengatasinya. Dampak dari kurangnya pengetahuan seorang ibu mengenai *baby blues syndrome* ini adalah adanya peningkatan tingkat depresi ke level yang lebih tinggi, yaitu *depresi postpartum* dan *psikosis postpartum*. Seiring perkembangan zaman yang berpengaruh disetiap aspek kehidupan dan juga pola pikir yang merupakan salah satu faktor meningkatnya keinginan menikah muda. Namun, masih banyak perempuan, pasangan, seorang ibu yang kurang mengetahui tentang *baby blues syndrome* bahkan banyak masih merasa tabu mendengar kata *baby blues syndrome* itu sendiri. Kurangnya pengetahuan mengenai hal ini sangat terlihat dari tingkat ibu di Indonesia yang mengalami depresi ini setelah melahirkan mencapai 50-70%. Dalam perancangan kampanye sosial ini lebih ditujukan bagi wanita muda untuk lebih menekan angka wanita yang akan mengalami saat memiliki anak, yaitu umur 18-25 tahun. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Untuk pemilihan penyaluran media kampanye sosial akan dimasukkan dalam daftar pertanyaan kuesioner. Dengan adanya perancangan kampanye sosial mengenai pengenalan dan cara mengatasi *baby blues syndrome* pada ibu muda ini diharapkan dapat menekan jumlah ibu di Indonesia yang dapat mengalami *baby blues syndrome*.

Kata kunci : Baby blues syndrome, Kampanye Sosial