



SKRIPSI

**Pengaruh Kampanye #TubuhkuOtoritasku oleh Samsara
terhadap Citra Organisasi Samsara**

(Survey terhadap *followers* Instagram @perkumpulan.samsara)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Diah Setianingrum

NRP: 1710411162



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Diah Setianingrum

NRP : 1710411162

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 20 Juni 2021

Yang menyatakan,



Diah Setianingrum

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Diah Setianingrum

NIM : 1710411162

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Kampanye #TubuhkuOtoritasku oleh Samsara terhadap Citra Organisasi Samsara (Survey terhadap *followers* Instagram @perkumpulan.samsara).

Bahwa penulis skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing I maupun Pembimbing II skripsi dan Ketua Program Studi, sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing I



(Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si.)

Pembimbing II



(Drs. Supratman, M.Si.)

Ketua Program Studi



(Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

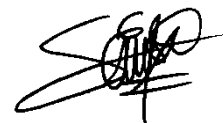
Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diah Setianingrum
NRP : 1710411162
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Kampanye #TubuhkuOtoritasku oleh Samsara terhadap Citra Organisasi Samsara** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat dan mempublikasikan tugas skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang menyatakan,



Diah Setianingrum

KATA PENGANTAR

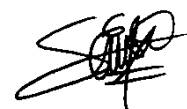
Alhamdulillah, Puji serta Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat-Nya, penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Pertama-tama, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu mendorong peneliti untuk tetap semangat melanjutkan penulisan skripsi ini, serta keluarga yang sangat memberikan dukungan.
2. Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan FISIP UPN Veteran Jakarta.
3. Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UPN Veteran Jakarta.
4. Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang membantu mengarahkan penulis selama proses penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. Supratman, M.Si selaku dosen pembimbing 2 selama proses penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Kusumajanti, S.Sos, MM, M.Si, selaku dosen mata kuliah Seminar yang mendorong penulis untuk melakukan pencarian topik untuk penelitian ini.
7. Teman-teman saya selama menduduki bangku kuliah. Sania, Devi, Tasya, Anisyah, Jihan, Della, dan Rana yang saling memberikan bantuan dan energi positifnya selama proses pengerjaan penelitian ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka dari itu, penulis terbuka dengan adanya kritik dan saran dari para pembaca agar dapat lebih memperbaiki kualitas penelitian ini.

Jakarta, Juni 2021

Diah Setianingrum



**Pengaruh Kampanye #TubuhkuOtoritasku oleh Samsara terhadap Citra
Organisasi Samsara**

(Survey terhadap *followers* Instagram @perkumpulan.samsara)

DIAH SETIANINGRUM

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini didasarkan dengan banyaknya kasus dan permintaan aborsi ilegal yang banyak memakan korban jiwa serta dampak lainnya, yakni kesehatan fisik dan mental bagi calon Ibu yang menggugurkan kandungannya. Maka dari itu, Samsara membuat kampanye hak atas otoritas tubuh bagi setiap wanita yang mengalami kehamilan tidak direncanakan. Di dalam setiap organisasi yang aktif menyuarakan suatu isu, diperlukan adanya pihak yang menjadi jembatan antara organisasi tersebut dengan pihak eksternal agar isu yang ingin dibahas dan diketahui oleh khalayak, dapat sampai sesuai dengan yang diharapkan oleh organisasi, yakni PR. Tak terkecuali dalam NGO atau LSM. PR dalam NGO memiliki tugas menyampaikan isu serta pesan kepada publik sehingga dapat muncul sikap publik yang memberikan perhatian serta dukungan kepada pihak PR, isu yang dibahas, hingga organisasinya. Fungsi dan peran PR juga sekaligus membangun opini dan sikap publik terhadapnya (citra). Salah satu peran PR, yakni kampanye telah dilakukan secara rutin oleh Samsara. Kampanye #TubuhkuOtoritasku adalah kampanye yang bertujuan untuk menciptakan dunia tanpa diskriminasi atas setiap pilihan yang dilakukan oleh setiap individu, khususnya dalam melakukan aborsi yang aman pada kasus Kehamilan Tidak Direncanakan (KTD). Teori yang digunakan adalah Model Pembentukan Citra. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 14.600 *followers* Instagram @perkumpulan.samsara dengan menggunakan salah satu teknik *probability sampling* yakni *simple random sampling* dan didapatkan sebanyak 100 responden. Untuk mengetahui adanya hubungan dan pengaruh, penulis menggunakan uji korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Kata kunci: *Public Relations*, Kampanye, Citra.

*The Influence of the #TubuhkuOtoritasku Campaign by Samsara on the Image
of Samsara Organization*

(Survey of @perkumpulan.samsara's Instagram followers)

DIAH SETIANINGRUM

Abstract

The background of this research is based on the large number of cases and requests for illegal abortions that took many lives and other impacts, such as the physical and mental health of mothers who abort their fetus. Therefore, Samsara created a campaign for the right of body authority for every woman who experienced an unplanned pregnancy. In every organization that actively voices an issue, it is necessary to have a party that acts as a bridge between the organization and external parties so that the issue that the public wants to discuss and know about can be delivered as expected by the organization, that "bridge" is a PR. No exception in NGOs. PR in NGOs has the task of conveying issues and messages to the public so that public's attitude can emerge that gives attention and support to the PR, the issues discussed, and especially for the organization. The function and role of PR also including build public's opinion and attitude towards it (image). One of the PR roles, namely campaign has been carried out regularly by Samsara. The #TubuhkuOtoritasku campaign is a campaign that aims to create a world without discrimination for every choice made by every individual, especially in carrying out safe abortion in cases of Unplanned Pregnancy (KTD). The theory used is Image Formation Model. The research method used is a quantitative method with explanative research type. The population in this study were 14,600 followers of Instagram @perkumpulan.samsara using one of the probability sampling techniques, namely simple random sampling, and obtained 100 respondents. To determine the relationship and influence, the authors use the correlation test, the coefficient of determination test and hypothesis testing.

Keywords: *Public Relations, Campaign, Image.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
Abstract.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Konsep Penelitian.....	11
2.2.1 Public Relations.....	11

2.2.2 Kampanye	13
2.2.2.1 Kampanye Public Relations.....	14
2.2.2.2 Saluran Kampanye	15
2.2.2.3 Tujuan Kampanye	16
2.2.2.4 Model Kampanye.....	17
2.2.3 Citra (<i>Image</i>).....	19
2.2.5.1 Citra Perusahaan	19
2.2.5.2 Unsur Citra Perusahaan	20
2.3 Teori Penelitian	21
2.3.1 Model Pembentukan Citra	21
2.4 Kerangka Pikir.....	23
2.5 Operasionalisasi Variabel.....	24
2.6 Hipotesis.....	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 METODE PENELITIAN	27
3.2 POPULASI DAN SAMPEL	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel	28
3.3 METODE PENGUMPULAN DATA	30
3.4 METODE ANALISIS DATA	31
3.4.1 Uji Validitas.....	31
3.4.2 Uji Reliabilitas	34
3.4.3 Uji Korelasi.....	35
3.4.4 Uji Koefisien Determinasi	36
3.4.5 Uji Hipotesis	37

3.5 WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN	37
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.1.1 Sejarah Samsara	38
4.1.2 Visi dan Misi Samsara.....	39
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Karakteristik Responden	40
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X: Kampanye	41
4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Y: Citra	58
4.2.4 Uji Korelasi	69
4.2.5 Uji Koefisien Determinasi.....	69
4.2.6 Uji Hipotesis (Uji T)	70
4.3 Pembahasan.....	71
BAB V	75
KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
RIWAYAT HIDUP	81
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Table 1. Penelitian Terdahulu	7
Table 2. Operasionalisasi Variabel	24
Table 3. Data Skala Likert	30
Table 4. Uji Validitas Variabel X <i>Pre test</i>	32
Table 5. Uji Validitas Variabel Y <i>Pre test</i>	33
Table 6. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's.....	34
Table 7. Uji Reliabilitas Variabel X <i>Pre test</i>	35
Table 8. Uji Reliabilitas Variabel Y <i>Pre test</i>	35
Table 9. Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi	36
Table 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, n=100.....	40
Table 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia. n=100	41
Table 12. Pernyataan 1	42
Table 13. Pernyataan 2.....	43
Table 14. Pernyataan 3.....	44
Table 15. Pernyataan 4.....	45
Table 16. Pernyataan 5.....	46
Table 17. Pernyataan 6.....	47
Table 18. Pernyataan 7.....	47
Table 19. Pernyataan 8.....	48
Table 20. Pernyataan 9.....	49
Table 21. Pernyataan 10.....	50
Table 22. Pernyataan 11	52
Table 23. Pernyataan 12.....	52
Table 24. Pernyataan 13.....	53
Table 25. Pernyataan 14.....	54
Table 26. Pernyataan 15.....	55
Table 27. Pernyataan 16.....	57
Table 28. Pernyataan 17.....	57
Table 29. Pernyataan 18.....	59
Table 30. Pernyataan 19.....	60
Table 31. Pernyataan 20.....	61

Table 32. Pernyataan 21	62
Table 33. Pernyataan 22.....	62
Table 34. Pernyataan 23.....	63
Table 35. Pernyataan 24.....	64
Table 36. Pernyataan 25.....	65
Table 37. Pernyataan 26.....	66
Table 38. Pernyataan 27.....	67
Table 39. Pernyataan 28.....	68
Table 40. Hasil Perhitungan Uji Korelasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Komponensial Kampanye.....	17
Gambar 2. Model Pembentukan Citra.....	21
Gambar 3. Kerangka Pikir	23
Gambar 4. Rumus Product Moment Coefficient of Corelation	31
Gambar 5. Rumus Korelasi Rank Spearman	36
Gambar 6. Rumus Koefisien Determinasi	36
Gambar 7. Rumus Uji Hipotesis	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Akun Instagram Samsara.....	82
Lampiran 2. Komentar Pro dan Kontra.....	82
Lampiran 3. Daftar Pernyataan Kuesioner.....	83
Lampiran 4. Data Variabel X (Kampanye).....	85
Lampiran 5. Data Variabel Y (Citra)	86
Lampiran 6. Hasil Cek <i>Similarity</i>	87