

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan laporan dari CNN Indonesia pada September 2020, salah satu klinik aborsi *illegal* di Jakarta Pusat telah menggugurkan sebanyak 32.760 janin dalam kurun waktu 3 tahun sejak klinik tersebut beroperasi. Laporan lain yang dikutip dari suara.com juga menyebutkan seorang siswi berusia 17 tahun yang menggugurkan kandungannya dengan cara memesan obat aborsi seharga 2 juta rupiah. Kasus aborsi illegal memang masih sangat banyak dan melekat dalam masyarakat Indonesia. Kurangnya edukasi serta faktor lingkungan dan pertemanan sangat berpengaruh terhadap tingginya kasus ini, khususnya kehamilan pada usia remaja. Terdapat banyak kasus serupa yang menjadi sorotan di berita maupun sosial media. Hal tersebut yang menjadi salah satu tujuan Samsara membuat sebuah kampanye yang mendukung segala hak dan otoritas tubuh setiap individu, termasuk aborsi yang legal.

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. Dalam hal ini, maka seorang *public relations* dibutuhkan dalam mengisi peran tersebut. Tidak terkecuali di dalam *Non-Government Organization*, PR memegang peranan penting dalam pengembangan NGO karena dapat menjadi jembatan dalam membangun pengenalan dan pemahaman publik mengenai segala yang ada di dalam organisasinya, termasuk isu yang diangkat. NGO sendiri adalah suatu organisasi yang bergerak dan beraktivitas di luar struktur politik, independen tanpa ada intervensi dari pihak pemerintahan. Di Indonesia, NGO biasa dikenal dengan istilah Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Prinsip utama

Diah Setianingrum, 2021

PENGARUH KAMPANYE #TUBUHKUOTORITASKU OLEH SAMSARA TERHADAP CITRA ORGANISASI SAMSARA (SURVEY TERHADAP FOLLOWERS INSTAGRAM @PERKUMPULAN.SAMSARA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

dari sebuah NGO adalah tumbuh untuk kepentingan sosial, lingkungan, dan bersifat sukarela.

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. Staff PR dalam NGO perlu memiliki kemampuan komunikasi yang mumpuni, baik verbal maupun non-verbal. Selain itu, seorang PR juga harus bisa menempatkan diri sesuai dengan isu yang sedang dipayungi untuk selalu melekat dalam diri, sehingga PR mampu mengajak pihak eksternal untuk turut andil dalam isu NGO tersebut. Pada akhirnya, tugas dan peran PR NGO maupun dengan organisasi profit atau perusahaan lainnya tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Hal tersebut meliputi promosi, citra, komunikasi, kampanye, representasi, reputasi, *networking*, dan persuasi.

Salah satu NGO yang ada di Indonesia dan telah memiliki banyak pengikut di media sosial Instagram adalah Samsara. Samsara awalnya adalah sebuah blog yang dibuat pada tahun 2007 oleh Inna Hudaya, seorang wanita yang sangat membela Hak Asasi Manusia, seorang feminis, dan *social entrepreneur*. Awalnya, blog tersebut hanya berisi cerita dan pengalaman pribadi beliau yang pernah mengalami Kehamilan Tidak Direncanakan (KTD) pada usia 22 tahun. Cerita pribadi dalam blog tersebut kemudian berkembang dan memiliki banyak tanggapan dari banyak perempuan yang mengalami kasus serupa. Pada akhirnya, blog tersebut didedikasikan untuk memberikan informasi serta dukungan untuk para perempuan dengan permasalahan yang menimpa mereka. Pada prinsip Samsara, perempuan memiliki otoritas dan hak penuh atas tubuhnya. Setahun kemudian, pada April 2008, Inna Hudaya berkolaborasi dengan Kikie Nikujuluw dan Grace Clarissa sepakat untuk mendirikan Organisasi Samsara. Samsara adalah

Diah Setianingrum, 2021

PENGARUH KAMPANYE #TUBUHKUOTORITASKU OLEH SAMSARA TERHADAP CITRA ORGANISASI SAMSARA (SURVEY TERHADAP FOLLOWERS INSTAGRAM @PERKUMPULAN.SAMSARA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

organisasi *non-profit* dan *non-governmental* berbasis hak perempuan yang mempromosikan dan mendukung akses ke pendidikan dan informasi kesehatan seksual dan reproduksi serta aborsi yang aman. Pada tahun 2019, Samsara bergabung ke media sosial Instagram dengan nama akun @perkumpulan.samsara untuk memperluas jangkauan pemberian informasi pada masyarakat, khususnya para wanita. Hingga saat ini, Samsara telah memiliki 14.600 pengikut di Instagram dan terus berkomitmen untuk memberikan informasi seputar dunia kewanitaan, kesehatan seksual, maupun layanan konsultasi atas *revenge porn* dan Kehamilan Tidak Direncanakan (KTD). (Sumber: www.samsara.or.id).

Menilik ke salah satu peran PR, yakni kampanye, telah banyak dilakukan oleh berbagai organisasi maupun perusahaan. Kampanye (Venus, 2004) merupakan suatu wujud tindakan komunikasi yang terencana dan ditujukan untuk mempengaruhi khalayak. Kampanye juga memiliki berbagai tujuan yang spesifik, bergantung pada jenis kampanye nya. Kampanye #TubuhkuOtoritasku adalah salah satu kampanye yang sejak awal hingga saat ini dilakukan secara konsisten oleh Samsara. Hal tersebut didasarkan atas banyaknya kasus kehamilan tidak direncanakan dan merambat pada banyaknya konsultasi serta tingginya permintaan terhadap aborsi. Di satu sisi, banyak pihak yang sangat bertentangan dengan aborsi hingga banyak pula yang membuat kampanye #stopaborsi dengan beragam alasan termasuk moralitas, pelanggaran atas hak asasi manusia, hingga kepada alasan kepercayaan. Pihak yang kontra dengan aborsi juga menganggap bahwa orang yang melakukan aborsi adalah manusia yang tidak berperikemanusiaan. Bahkan banyak pula yang memberi label tidak bermoral dan lain sebagainya. Namun, berbeda dengan Samsara. Bagi Samsara, perempuan memiliki hak dan otoritas penuh atas tubuhnya. Sesuai dengan visi Samsara, yakni ingin mewujudkan dunia tanpa diskriminasi dimana hak seksual dan reproduksi setiap orang harus dipenuhi dan dihormati. Tidak ada pihak lain yang berhak

Diah Setianingrum, 2021

PENGARUH KAMPANYE #TUBUHKUOTORITASKU OLEH SAMSARA TERHADAP CITRA ORGANISASI SAMSARA (SURVEY TERHADAP FOLLOWERS INSTAGRAM @PERKUMPULAN.SAMSARA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

menjustifikasi pilihan yang telah ditentukan oleh individu itu sendiri. Legalisasi aborsi yang aman sangat diperlukan untuk mengurangi dampak yang berkepanjangan akibat adanya kehamilan yang tidak diinginkan atau tidak direncanakan. Karena bagi Samsara, jika hal tersebut tidak dilegalisasi, maka akan berakhir pada dampak yang berkepanjangan. Dampak yang ditimbulkan dapat berupa kesulitan ekonomi, stigma dan tekanan sosial, trauma, hingga mental yang belum siap untuk memiliki anak dapat mengakibatkan sang anak akan tumbuh dalam lingkungan yang tidak kondusif.

Samsara terus menyuarakan dan mendukung otoritas atas tubuh perempuan dengan rutin membuka diskusi yang interaktif bertemakan Tubuhku Otoritasku pada Instagram @perkumpulan.samsara. Dari diskusi tersebut, cukup banyak pihak kontra aborsi yang menyuarakan pendapatnya. Serta, banyak pula pendapat lain dari pihak *pro-choice* atau pihak yang pro terhadap apapun pilihan dari si pemilik tubuh.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, yaitu dengan adanya kampanye #TubuhkuOtoritasku oleh Samsara, ditambah pula dengan adanya pihak yang pro dan kontra dengan kampanye ini, maka peneliti ingin mengetahui apakah hal tersebut memiliki pengaruh terhadap citra organisasi Samsara.

Maka dari itu, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah;

- a. **Adakah pengaruh kampanye #TubuhkuOtoritasku oleh Samsara terhadap citra organisasi Samsara?**
- b. **Seberapa besar pengaruh kampanye #TubuhkuOtoritasku oleh Samsara terhadap citra organisasi Samsara?**

Diah Setianingrum, 2021

PENGARUH KAMPANYE #TUBUHKUOTORITASKU OLEH SAMSARA TERHADAP CITRA ORGANISASI SAMSARA (SURVEY TERHADAP FOLLOWERS INSTAGRAM @PERKUMPULAN.SAMSARA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah;

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kampanye #TubuhkuOtoritasku terhadap citra organisasi Samsara.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kampanye #TubuhkuOtoritasku oleh Samsara terhadap citra organisasi Samsara.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang *Public Relations*, kampanye *public relations*, dan citra organisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para PR NGO dalam menjembatani organisasinya untuk pembentukan citra di masyarakat. Serta dapat menjadi masukan bagi PR Samsara mengenai citra organisasinya sehingga dapat terus dikembangkan dengan lebih baik.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk memudahkan penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini, sistematika penulisannya terdiri sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan gambaran umum penelitian yang di dalamnya terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Diah Setianingrum, 2021

PENGARUH KAMPANYE #TUBUHKUOTORITASKU OLEH SAMSARA TERHADAP CITRA ORGANISASI SAMSARA (SURVEY TERHADAP FOLLOWERS INSTAGRAM @PERKUMPULAN.SAMSARA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu yang menjadi referensi penulisan, konsep penelitian, teori penelitian, kerangka berpikir, operasionalisasi variabel, serta hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri atas metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi hasil penelitian, analisis, variabel, analisis isi kuesioner, serta hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dan saran pemahaman tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi baik buku, jurnal, maupun sumber lain yang digunakan penulis untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.