

# **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.*