



Judul Skripsi :

**Pengaruh Terpaan Berita #StopBeliEsKrimAice Pada Media Sosial Twitter Terhadap Citra PT Alpen Food Industry (AICE)  
(Survei Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana

**Dibuat oleh :**

**Nama : Tio Anggiting Tyas**

**NIM : 1710411044**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA  
2021**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

Nama : Tio Anggiting Tyas

NRP : 1710411044

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak-sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Juli 2021



Tio Anggiting Tyas

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Tio Anggiting Tyas  
NIM : 1710411044  
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 Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Terpaan Berita #StopBeliEsKrimAice Pada Media Sosial Twitter Terhadap Citra PT Alpen Food Industry (AICE)** (Survei Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada : 15 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Tio Anggiting Tyas

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Tio Anggiting Tyas

NRP : 1710411044

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Pengaruh Terpaan Berita #StopBeliEsKrimAice Pada Media Sosial Twitter Terhadap Citra PT Alpen Food Industry (AICE)  
(Survei Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing Utama



Windhi Tia Saputra, M.Si.

Pembimbing Pendamping



Dra. Aniek Irawati, M.Si.

Ketua Program Studi



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

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 26 Juli 2021

**Pengaruh Terpaan Berita #StopBeliEsKrimAice Pada Media Sosial Twitter  
Terhadap Citra PT Alpen Food Industry (AICE)  
(Survei Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta)**

**Tio Anggiting Tyas**

**Abstrak**

Penyebaran informasi yang dilakukan oleh setiap individu pada era *industry* 4.0 semakin berkembang bukan hanya melalui media konvensional seperti televisi, radio dan surat kabar melainkan informasi dapat dengan mudah di akses melalui media sosial. Media sosial yang digunakan dalam mencari informasi salah satunya adalah Twitter. Twitter memberikan kemudahan kepada penggunanya dalam mengakses informasi dengan menggunakan *hashtag* untuk melihat berita yang sedang ramai diperbincangkan. Kasus #StopBeliEsKrimAice telah ramai diperbincangkan di Twitter mengenai kasus demontrasi ketidakadilan perusahaan terhadap buruh selama tahun 2020. Hal tersebut menyebabkan banyak pro dan kontra terhadap pembicaraan kasus ini di Twitter sehingga sempat menjadi *trending topic* selama tahun 2020. Maka berangkat dari permasalahan tersebut, **tujuan dari penelitian ini** adalah untuk melihat apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh yang dihasilkan dari terpaan berita #StopBeliEsKrimAice yang beredar di Twitter terhadap citra PT Alpen Food Industry (Aice). Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori citra (*image theory*). Penelitian ini menggunakan **metode penelitian** kuantitatif dengan teknik *probability sampel* dan jenis tekniknya adalah *propotionate stratified random sampling*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh terpaan berita #StopBeliEsKrimAice terhadap citra PT Alpen Food Industry (Aice) dengan besaran pengaruh sebesar 29,2% yang berarti terdapat pengaruh namun signifikannya kecil. Dan saran pada penelitian ini adalah diharapkan PT Alpen Food Industry dapat menyelesaikan permasalahan kasus ini dengan cara memperhatikan kesejahteraan karyawannya agar dapat membangun citra positif yang terdapat dibenak karyawan ataupun masyarakat Indonesia.

**Kata Kunci:** Media Exposure, Berita, Media Sosial Twitter, Citra Merek, PT Alpen Food Industry (AICE).

***The Effect of #StopBeliEsKrimAice News Exposure on Social Media Twitter on the Image of PT Alpen Food Industry (AICE)  
(Survey of UPN Veteran Jakarta Communication Studies Students)***

***Abstract***

*Information dissemination carried out by each individual in the industrial era 4.0 is growing not only through conventional media such as television, radio and newspapers but information can be easily accessed through social media. One of the social media used to find information is Twitter. Twitter makes it easy for its users to access information by using hashtags to view the news that is currently being discussed. The case of #StopBeliEsKrimAice has been widely discussed on Twitter regarding cases of demonstrations of company injustice against workers during 2020. This has caused many pros and cons to discussing this case on Twitter so that it became a trending topic during 2020. So starting from these problems, the purpose of the research This is to see if there is an influence and how much influence is the result of the #StopBeliEsKrimAice news circulating on Twitter on the image of PT Alpen Food Industry (Aice). The theory used in this research is image theory. This study uses quantitative research methods with probability sampling technique and the type of technique is propotionate stratified random sampling. The conclusion of this study is that there is an effect of exposure to the news #StopBeliEsKrimAice on the image of PT Alpen Food Industry (Aice) with a magnitude of 29.2%, which means there is an effect but the significance is small. And the suggestion in this research is that it is hoped that PT Alpen Food Industry can solve the problems of this case by paying attention to the welfare of its employees in order to build a positive image in the minds of employees or the Indonesian people.*

***Keywords:*** *Media Exposure, News, Twitter Social Media, Brand Image, PT Alpen Food Industry (AICE).*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Pengaruh Terpaan Berita #StopBeliEsKrimAice Pada Media Sosial Twitter Terhadap Citra PT Alpen Food Industry (Aice)** dengan tepat waktu. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu bentuk persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam penyusunan laporan ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin memberikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Ayah Andreas Hindyarto, Almh. Mamah Wiwik Partiw, Kakak Adinda Rahayu L dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Mas Windhi Tia Saputra S.Sos, M.Si dan Ibu Aniek Irawati M.Si selaku Dosen pembimbing utama skripsi yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kritik, masukan, saran dan waktu yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan benar dan terarah.
3. Ibu Aniek Irawati M.Si selaku Dosen pembimbing pedamping skripsi yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kritik, masukan, saran dan waktu yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan benar dan terarah.
4. Kak Ratu Laura Mulia B P, M.Sc. S.Psi selaku Dosen pembimbing akademik yang telah mendampingi peneliti selama proses perkuliahan berlangsung.
5. Kak Maria Febiana C., S.Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan motivasi kepada Mahasiswa selama perkuliahan.

6. Bapak Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memfasilitasi dengan segala kebijakan yang dibuat mengenai sarana dan prasarana dengan baik.
7. Responden yang telah membantu peneliti dalam melakukan riset.
8. Sahabat – sahabat peneliti yaitu Ferina, Muti, Sofi, Elga, Galih, Datuk, Tanti, Fathimah, Jannah, Riska, Meylina, Sabar, Bagus, Duan, Isal, Ridwan, Ayryn yang telah memberikan dukungan dan menghibur peneliti selama proses penyusunan skripsi.
9. Rajib Kamil, selaku orang terdekat penulis yang tiada henti memberi semangat dan bantuannya sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penyelesaian skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Namun demikian, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya di kemudian hari.

Jakarta, 15 Juli 2021



Tio Anggiting Tyas



## DAFTAR ISI

|   |                   |
|---|-------------------|
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>   | <b>i</b>          |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b> | <b>ii</b>         |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>  | <b>iii</b>        |
| <b>Abstrak.....</b>   | <b>iv</b>         |
| <b><i>Abstract</i>.....</b>   | <b>v</b>          |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>vi</b>         |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>viii</b>       |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b><u>xi</u></b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b><u>xii</u></b> |
| <b>BAB I.....</b>   | <b>1</b>          |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>   | <b>1</b>          |
| <b>1.1. Latar Belakang Masalah .....</b>  | <b>1</b>          |
| <b>1.2. Rumusan Masalah.....</b>  | <b>6</b>          |
| <b>1.3. Tujuan Penelitian .....</b>   | <b>6</b>          |
| <b>1.4. Manfaat Penelitian .....</b>  | <b>7</b>          |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....  | 7                 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....   | 7                 |
| <b>1.5. Sistematika Penulisan .....</b>   | <b>7</b>          |
| <b>BAB II .....</b>   | <b>9</b>          |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>   | <b>9</b>          |
| <b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>   | <b>9</b>          |
| <b>2.2 Konsep Penelitian.....</b>   | <b>16</b>         |
| 2.2.1 Terpaan Berita.....   | 16                |
| 2.2.2 Media Sosial.....   | 19                |
| 2.2.3 Citra Perusahaan .....  | 21                |
| <b>2.3 Teori Penelitian .....</b>   | <b>25</b>         |
| 2.3.1 Teori Citra ( <i>Image Theory</i> ) .....                                     | 24                |
| <b>2.3 Kerangka Berpikir .....</b>  | <b>26</b>         |
| <b>2.4 Hipotesis .....</b>  | <b>27</b>         |
| <b>BAB III.....</b>   | <b>28</b>         |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>  | <b>28</b>         |
| <b>3.1 Metodologi Penelitian .....</b>  | <b>28</b>         |
| 3.1.1 Pendekatan Penelitian .....   | 28                |
| 3.1.2 Jenis Penelitian.....   | 28                |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 3.1.3  | Metode Penelitian .....   | 29        |
| <b>3.2</b>                                   | <b>Populasi dan Sampel.....</b>   | <b>29</b> |
| 3.2.1  | Populasi.....   | 29        |
| 3.2.2  | Sampel.....   | 30        |
| <b>3.3</b>                                   | <b>Metode Pengumpulan Data.....</b>   | <b>33</b> |
| 3.3.1  | Data Primer .....   | 33        |
| 3.3.2  | Data Sekunder .....   | 34        |
| 3.3.2.2                                      | Uji Validitas .....   | 35        |
| 3.3.2.3                                      | Uji Reliabilitas .....  | 38        |
| <b>3.4</b>                                   | <b>Operasionalisasi Variabel.....</b>                                       | <b>39</b> |
| <b>3.5</b>                                   | <b>Metode Analisis Data .....</b>   | <b>42</b> |
| 3.5.1  | Uji Regresi Linear Sederhana .....  | 42        |
| 3.5.2  | Koefisien Determinasi.....  | 43        |
| 3.5.3  | Uji Hipotesis .....   | 43        |
| <b>3.6</b>                                   | <b>Waktu dan Lokasi Penelitian .....</b>                                    | <b>44</b> |
| <b>BAB IV .....</b>                          | <b>46</b>   |           |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>46</b>   |           |
| <b>4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....</b>   | <b>46</b>   |           |
| 4.1.1  | Sejarah PT Alpen Food Industry (AICE).....                                  | 46        |
| 4.1.2  | Logo AICE .....   | 47        |
| 4.1.3  | Visi dan Misi AICE.....   | 48        |
| 4.1.4  | Varian Rasa Es Krim AICE .....  | 46        |
| 4.1.5  | Latar Belakang Demonstrasi Buruh Aice terhadap PT Alpen Food Industry ..... | 49        |
| <b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>             | <b>51</b>   |           |
| 4.2.1  | Analisis Deskriptif .....   | 51        |
| <b>4.3 Teknik Analisis Data.....</b>         | <b>73</b>   |           |
| 4.3.1  | Uji Regresi Linear Sederhana .....  | 73        |
| 4.3.2  | Koefisien Determinasi.....  | 74        |
| 4.3.3  | Uji Hipotesis .....   | 75        |
| <b>4.4 Pembahasan .....</b>                  | <b>76</b>   |           |
| <b>BAB V.....</b>                            | <b>83</b>   |           |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>            | <b>83</b>   |           |
| <b>5.1 Kesimpulan .....</b>                  | <b>83</b>   |           |
| <b>5.2 Saran .....</b>                       | <b>84</b>   |           |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                  | <b>85</b>   |           |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                         | <b>89</b>   |           |
| <b>LAMPIRAN 1.....</b>                       | <b>89</b>   |           |
| <b>FORM A5.....</b>                          | <b>89</b>   |           |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>FORM A2.....</b>                         | <b>89</b> |
| <b>LAMPIRAN 2.....</b>                      | <b>90</b> |
| <b>KUESIONER PENELITIAN.....</b>            | <b>90</b> |
| <b>HASIL DATA KUESIONER PENELITIAN.....</b> | <b>95</b> |
| <b>VARIABEL X.....</b>                      | <b>95</b> |
| <b>HASIL DATA KUESIONER PENELITIAN.....</b> | <b>96</b> |
| <b>VARIABEL Y.....</b>                      | <b>96</b> |
| <b>HASIL TURNITIN.....</b>                  | <b>97</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP.....</b>                   | <b>98</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. Data Statistik Penggunaan Internet dan Media Sosial .....          | 2  |
| Gambar 2. Alur Kerangka Berpikir .....                                       | 26 |
| Gambar 3. Logo AICE .....  | 47 |
| Gambar 4. Es Krim <i>Chocolate Cup</i> .....                                 | 48 |
| Gambar 5. Es Krim <i>Sweet Corn</i> .....                                    | 48 |
| Gambar 6. Es Krim Mochi <i>Chocolate</i> .....                               | 49 |
| Gambar 7. Es Krim <i>Coffe Crispy</i> .....                                  | 49 |
| Gambar 8. Grafik Waktu Penggunaan Media Sosial perhari di Asia Tahun 2020... | 78 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....   | 9  |
| Tabel 2. Jumlah Sampel Penelitian .....                                     | 32 |
| Tabel 3. Skor Skala Likert .....  | 34 |
| Tabel 4. Uji Validitas Variabel X .....                                     | 36 |
| Tabel 5. Uji Validitas Variabel Y .....                                     | 37 |
| Tabel 6. Tingkat Reliabilitas berdasarkan Nilai Cronbach's Alpha .....      | 38 |
| Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X .....                            | 38 |
| Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....                            | 39 |
| Tabel 9. Operasionalisasi Variabel X .....                                  | 40 |
| Tabel 10. Operasionalisasi Variabel Y .....                                 | 41 |
| Tabel 11. Waktu Penelitian .....  | 45 |
| Tabel 12. Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....                        | 52 |
| Tabel 13. Karakteristik Usia Responden.....                                 | 52 |
| Tabel 14. Karakteristik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun Ajaran ... | 53 |
| Tabel 15. Karakteristik Responden Mengetahui Kasus AICE .....               | 53 |
| Tabel 16. Karakteristik Responden yang Memiliki Twitter .....               | 54 |
| Tabel 17. Pernyataan 1 .....  | 54 |
| Tabel 18. Pernyataan 2 .....  | 55 |
| Tabel 19. Pernyataan 3 .....  | 55 |
| Tabel 20. Pernyataan 4 .....  | 56 |
| Tabel 21. Pernyataan 5 .....  | 56 |
| Tabel 22. Pernyataan 6 .....  | 57 |
| Tabel 23. Pernyataan 7 .....  | 58 |
| Tabel 24. Pernyataan 8 .....  | 58 |
| Tabel 25. Pernyataan 9 .....  | 59 |
| Tabel 26. Pernyataan 10 .....   | 59 |
| Tabel 27. Pernyataan 11 .....   | 60 |
| Tabel 28. Pernyataan 12 .....   | 60 |
| Tabel 29. Pernyataan 13 .....   | 61 |
| Tabel 30. Pernyataan 14 .....   | 61 |
| Tabel 31. Pernyataan 15 .....   | 62 |
| Tabel 32. Pernyataan 16 .....   | 62 |
| Tabel 33. Pernyataan 17 .....   | 63 |
| Tabel 34. Pernyataan 18 .....   | 64 |
| Tabel 35. Pernyataan 19 .....   | 64 |
| Tabel 36. Pernyataan 20 .....   | 65 |
| Tabel 37. Pernyataan 1 .....  | 66 |
| Tabel 38. Pernyataan 2 .....  | 66 |
| Tabel 39. Pernyataan 3 .....  | 67 |
| Tabel 40. Pernyataan 4 .....  | 68 |
| Tabel 41. Pernyataan 5 .....  | 68 |
| Tabel 42. Pernyataan 6 .....  | 69 |
| Tabel 43. Pernyataan 7 .....  | 69 |
| Tabel 44. Pernyataan 8 .....  | 70 |
| Tabel 45. Pernyataan 9 .....  | 70 |
| Tabel 46. Pernyataan 10 .....   | 71 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 47. Pernyataan 11 .....                | 71 |
| Tabel 48. Pernyataan 12 .....                | 72 |
| Tabel 49. Uji Regresi Linear Sederhana ..... | 73 |
| Tabel 50. Koefisien Determinasi .....        | 74 |