

**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 penggunaanya dalam mengakses informasi dengan menggunakan *hashtag* untuk melihat berita yang sedang ramai diperbincangkan. Kasus #StopBeliEsKrimAice telah ramai diperbincangkan di Twitter mengenai kasus demonstrasi 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).*