

**PENGARUH PEMBERITAAN “ADA APA DENGAN PIZZA” DI
MAJALAH TEMPO EDISI 5-11 SEPTEMBER 2016
TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PIZZA HUT**

SKRIPSI



Oleh:

AMELIA ADELIN WIBISONO

NRP: 1423013002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2017

**PENGARUH PEMBERITAAN “ADA APA DENGAN PIZZA” DI
MAJALAH TEMPO EDISI 5-11 SEPTEMBER 2016
TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PIZZA HUT**

SKRIPSI



Oleh:

AMELIA ADELIN WIBISONO

NRP: 1423013002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

SURABAYA

2017

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Amelia Adeline Wibisono

NRP : 1423013002

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**PENGARUH PEMBERITAAN “ADA APA DENGAN PIZZA” DI
MAJALAH TEMPO EDISI 5-11 SEPTEMBER 2016 TERHADAP
CORPORATE IMAGE PIZZA HUT**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 27 Februari 2017

Penulis



Amelia Adeline Wibisono

NRP. 1423013002

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PEMBERITAAN “ADA APA DENGAN PIZZA” DI MAJALAH TEMPO EDISI 5-11 SEPTEMBER 2016 TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PIZZA HUT

OLEH:

AMELIA ADELIN WIBISONO

NRP: 1423013002

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I: Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIK. 142.09.0645

Pembimbing II: Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647



Surabaya, 7 Februari 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Jumat, tanggal 17 Februari 2017

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom.
NIK. 142.10.0651
2. Sekretaris : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIK. 142.09.0647
3. Anggota : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIK. 142.15.0849

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Amelia Adeline Wibisono

NRP : 1423013002

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **PENGARUH PEMBERITAAN “ADA APA DENGAN PIZZA”
DI MAJALAH TEMPO EDISI 5-11 SEPTEMBER 2016
TERHADAP CORPORATE IMAGE PIZZA HUT**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Februari 2017

Yang menyatakan,



Amelia Adeline Wibisono

HALAMAN PERSEMBAHAN

“If you really want to do something, you will find a way.

If you don't you'll find an excuse”

— Jim Rohn—

Selalu ada jalan di mana ada kemauan, tidak ada yang sia-sia bila melakukan sesuatu dengan kesungguhan karena Tuhan pasti membuka jalan. Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan kasih-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tiada segala sesuatu yang sempurna, sama halnya dengan skripsi ini. Walaupun belum sempurna tapi peneliti telah berusaha dengan keras dan melakukan yang terbaik hingga terselesainya skripsi ini. Skripsi ini merupakan satu langkah lagi yang telah peneliti lalui demi menggapai cita dan membahagiakan kedua orangtua peneliti. Tanpa doa, dukungan dan segala bantuan dari keluarga serta teman-teman, skripsi ini tidak akan selesai dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih sebesar-besarnya untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melancarkan dan selalu membuka jalan sehingga karena rahmat, kekuatan dan kasih-Nya tersebut peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul PENGARUH PEMBERITAAN “ADA APA DENGAN PIZZA” DI MAJALAH TEMPO EDISI 5-11 SEPTEMBER 2016 TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PIZZA HUT. Skripsi ini peneliti susun sebagai salah satu syarat wajib yang harus dilalui untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terselesainya Skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua, adik dan keluarga peneliti atas doa dan dukungan yang membuat peneliti semakin semangat dan termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. dan Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing dan memberi masukan serta pencerahan kepada peneliti hingga terselesainya skripsi ini.
3. Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom., dan Brigitta Revia S.F., S.I.Kom. selaku dosen penguji yang memberikan arahan dan masukan yang sangat berharga dari proses seminar hingga tugas akhir.
4. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Teman-teman yang telah rela meluangkan waktunya untuk menemani peneliti berkeliling Surabaya untuk mencari majalah Tempo “Ada Apa

dengan Pizza” edisi 5-11 September 2016, buku-buku yang dibutuhkan peneliti, mencari data yang dibutuhkan, serta mencari responden yang membaca pemberitaan “Ada Apa dengan Pizza” di Majalah Tempo agar skripsi ini dapat selesai dengan baik.

6. Sahabat-sahabat yang dengan sabar mendengarkan keluh kesah peneliti, dan sering menjadi target menumpahkan amarah peneliti. Terima kasih karena kalian selalu memberi semangat serta dukungan baik lewat doa maupun candaan-candaan yang membuat peneliti kembali termotivasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
7. Teman-teman Fikom WM angkatan 2013 khususnya Andreas Susanto, Stefanus Yonathan dan Ek. Melanie atas masukan-masukan dan motivasinya.
8. Teman-teman UKM 3 yang terus mendorong peneliti agar skripsi ini cepat selesai, terima kasih banyak atas dukungan kalian.
9. Berbagai pihak yang telah membantu peneliti hingga terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari dalam skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk membangun kesempurnaan skripsi ini sehingga diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan pembaca. Peneliti juga menyampaikan permohonan maaf apabila ada kata-kata yang kurang berkenan. Terimakasih. Tuhan Yesus memberkati.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
<i>ABSTRACT</i>	xxi
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah	7
I.3. Tujuan Penulisan.....	7
I.4. Batasan Masalah	7
I.5. Manfaat Penelitian	8
I.5.1. Manfaat Teoritis	8
I.5.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1. Kerangka Teori	9
II.1.1. Teori Lasswell	9

II.1.2. Berita	10
II.1.2.1. Struktur Penulisan Berita (Anatomi Berita)	11
II.1.3. Citra	12
II.1.4. Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>)	14
II.1.4.1. Elemen <i>Corporate Image</i>	15
II.2. Nisbah Antar Konsep	18
II.3. Bagan Kerangka Konseptual	21
II.4. Hipotesis	22
BAB III. METODE PENELITIAN	23
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
III.2. Metode	23
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	23
III.4. Definisi Konseptual	24
III.5. Definisi Operasional	25
III.6. Populasi dan Sampel	29
III.7. Teknik Penarikan Sampel	30
III.8. Teknik Pengumpulan Data	31
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas	32
III.9.1. Teknik Validitas	32
III.9.2. Teknik Reliabilitas	33
III.10. Teknik Analisis Data	34
III.10.1. Skala Interval	35
III.10.2. Analisis Korelasi	35
III.10.3. Analisis Regresi	36
III.10.4. Uji Signifikasi Hipotesis	37
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	38
IV.1.1. Subjek Penelitian	38

IV.1.2. Profil Majalah Tempo	39
IV.1.3. Profil Pizza Hut	41
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
IV.2.1. Uji Validitas.....	42
IV.2.2. Uji Reliabilitas	44
IV.3. Hasil Penelitian	44
IV.3.1. Deskripsi Identitas Responden Penelitian	44
IV.3.2. Deskripsi Variabel Penelitian	46
IV.3.2.1. Deskripsi Variabel Penelitian	
“Ada Apa dengan Pizza”	46
IV.3.2.1.1. Judul Berita (<i>Headline</i>)	47
IV.3.2.1.2. Teras Berita (<i>Lead</i>)	50
IV.3.2.1.3. Tubuh Berita (<i>Body of News</i>	
<i>Story</i>)	56
IV.3.2.1.4. <i>Prominence</i>	65
IV.3.2.1.5. <i>The Position/Credibility</i>	67
IV.3.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian <i>Corporate Image</i>	
Pizza Hut.....	70
IV.3.2.2.1. <i>Primary Impression</i> (Kesan	
Utama)	70
IV.3.2.2.2. <i>Familiarity</i> (Keakraban)	75
IV.3.2.2.3. <i>Perseption</i> (Persepsi)	80
IV.3.2.2.4. <i>Preference</i> (Pilihan)	85
IV.3.2.2.5. <i>Position</i> (Posisi)	92
IV.4. Skala Interval	96
IV.4.1. Skala Interval Pemberitaan	97
IV.4.2. Skala Interval <i>Corporate Image</i>	101
IV.5. Analisis Tabulasi Silang	107

IV.5.1. Analisis Tabulasi Silang Identitas Responden dengan Pemberitaan	107
IV.5.2. Analisis Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Corporate Image</i>	108
IV.5.3. Analisis Tabulasi Silang Pemberitaan dengan <i>Corporate Image</i>	109
IV.6. Analisis Data	110
IV.6.1. Analisis Data Korelasi	110
IV.6.2. Analisis Regresi Linier Sederhana	111
IV.6.3. Uji Signifikansi Hipotesis	113
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	114
V.1. Kesimpulan	114
V.2. Saran	116
V.2.1. Saran Akademis	116
V.2.2. Saran Praktis	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	: <i>Cover</i> Majalah Tempo	4
Gambar I.2	: Pemberitaan dalam Viva.co.id	5
Gambar I.3	: Pemberitaan dalam <i>Channel News Asia</i>	6
Gambar IV.1	: Logo Pizza Hut yang Digunakan di Indonesia Sejak 2008 ..	41
Gambar IV.2	: Logo Pizza Hut <i>Delivery</i> (PHD)	42
Gambar IV.3	: Judul Berita Majalah Tempo	47
Gambar IV.4	: Isi Berita : Bahan-bahan yang Kedaluwarsa	58
Gambar IV.5	: Isi Berita : Kolaborasi Demi Publik	63
Gambar IV.6	: <i>Cover</i> Majalah Tempo “Ada Apa dengan Pizza”	66
Gambar IV.7	: Pizza Hut : Aman, Halal, Higienis	73
Gambar IV.8	: Produk Pizza Hut : <i>Puff Pastry Mushroom Cream Soup</i>	76
Gambar IV.9	: Produk Pizza Hut : <i>Pizza Meatlovers</i>	79

DAFTAR BAGAN

Bagan II.3 : Bagan Kerangka Konseptual	21
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 : Hasil Uji Validitas	43
Tabel IV.2 : Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel IV.3 : Identitas Responden yang Membaca Majalah Tempo di Bulan September 2016	45
Tabel IV.4 : Identitas Responden yang Membaca Pemberitaan “Ada Apa dengan Pizza” di Majalah Tempo Edisi 5-11 September 2016	45
Tabel IV.5 : Identitas Responden yang Pernah Mengonsumsi Pizza Hut	46
Tabel IV.6 : Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Konsumsi Pizza Hut	46
Tabel IV.7 : Responden Mengetahui Bahwa Judul Kedaluwarsa di Restoran Waralaba Merupakan Fakta yang Aktual	48
Tabel IV.8 : Responden Mengetahui Bahwa Restoran Waralaba yang Menggunakan Bahan Kedaluwarsa Adalah Pizza Hut	49
Tabel IV.9 : Responden Mengetahui Bahwa Pizza Hut Diduga Menggunakan Bahan yang Sudah Habis Masa Pakainya.....	51
Tabel IV.10 : Responden Mengetahui Bahwa Praktek Memperpanjang Masa Kedaluwarsa Merupakan Tindakan Pidana	52
Tabel IV.11 : Responden Mengetahui Bahwa Berita “Dugaan Penggunaan Bahan Kedaluwarsa” Merupakan Hasil Investigasi yang Dilakukan Oleh Tempo dan BBC Indonesia	53
Tabel IV.12 : Responden Mengetahui Apa Saja Bahan Masakan Pizza Hut dan PHD yang Masa Pakainya Ditambah	57
Tabel IV.13 : Responden Mengetahui Bahwa Polisi Telah Melakukan	

Pengecekan di Gudang Penyimpanan Produk Pizza Hut	59
Tabel IV.14 : Responden Mengetahui Bahwa Lebih Dari Tiga Tahun Terakhir Pizza Hut dan PHD Melakukan Perpanjangan Bahan Kedaluwarsa.....	60
Tabel IV.15 : Responden Mengetahui Bahwa Pizza Hut Merupakan Restoran Waralaba yang Diduga Menggunakan Bahan Kedaluwarsa.....	61
Tabel IV.16 : Responden Mengetahui Bahwa Investigasi yang Dilakukan Oleh BBC dan Tempo Untuk Mengungkap Kebenaran yang Berkaitan dengan Kepentingan Publik	62
Tabel IV.17 : Responden Mengetahui Bagaimana Proses Perpanjangan Masa Kedaluwarsa yang Dilakukan Oleh Pizza Hut	64
Tabel IV.18 : Responden Merasa Pizza Hut Tidak Aman Untuk Dikonsumsi Setelah Melihat Visual <i>Cover</i> dari Majalah Tempo Edisi 5-11 September 2016	65
Tabel IV.19 : Responden Mengetahui Bahwa Pizza Hut Menggunakan Bahan Kedaluwarsa Karena Pemilik Lisensi Waralaba Pizza Hut Dunia Membenarkan Pemberitaan Tersebut	68
Tabel IV.20 : Responden Mengetahui Bahwa Pizza Hut Menggunakan Bahan Kedaluwarsa Karena Bekas Anggota Staf di Pizza Hut Memiliki Bukti-bukti yang Menguatkan Adanya Dugaan Ini	69
Tabel IV.21 : Responden Memiliki Kesan Bahwa Pizza Hut Menggunakan Bahan Masakan yang Kedaluwarsa	71
Tabel IV.22 : Responden Memiliki Kesan Bahwa Pizza Hut Tidak Aman Untuk Dikonsumsi	72
Tabel IV.23 : Responden Memiliki Kesan Bahwa Pizza Hut Tidak Higienis ..	74
Tabel IV.24 : Responden Tahu Bahwa <i>Puff Pastry Mushroom Cream Soup</i>	

	<i>(Zoupa Soup) Pizza Hut Diduga Menggunakan Puff Pastry yang Kedaluwarsa.....</i>	75
Tabel IV.25 :	Responden Tahu Bahwa <i>Beef Lasagna</i> dan Menu Pasta di Pizza Hut Diduga Menggunakan <i>Carbonara Sauce Mix</i> (Saus Pasta) yang Kedaluwarsa.....	77
Tabel IV.26 :	Responden Tahu Bahwa Pizza <i>Meatlovers</i> Diduga Menggunakan Sosis Ayam Vegetarian yang Kedaluwarsa	78
Tabel IV.27 :	Responden Menganggap Bahwa Bahan Makanan yang Digunakan Pizza Hut Tidak Layak Dikonsumsi	81
Tabel IV.28 :	Responden Menganggap Bahwa Pizza Hut Tidak Memperhatikan Keamanan Konsumen	82
Tabel IV.29 :	Responden Menganggap Bahwa Tidak Menerapkan Standar Kualitas Pada Bahan Makanannya	84
Tabel IV.30 :	Responden Tetap Memilih <i>Meatlovers</i> Pizza Hut Walaupun Sosis Ayam Vegetarian yang Digunakan Diduga Kedaluwarsa.....	85
Tabel IV.31 :	Responden Tetap Memilih Menu-menu <i>Bestseller</i> Pizza Hut Meski Beberapa Diantaranya Diduga Menggunakan Bahan Masakan yang Kedaluwarsa.....	87
Tabel IV.32 :	Responden Tetap Memilih Pizza Hut Walaupun Ada Dugaan Penggunaan Bahan Kedaluwarsa Karena Harganya yang Terjangkau.....	88
Tabel IV.33 :	Responden Tetap Memilih Pizza Hut Walaupun Ada Dugaan Penggunaan Bahan Kedaluwarsa Karena Suasana di Pizza Hut yang Nyaman	90
Tabel IV.34 :	Responden Tetap Memilih Pizza Hut Walaupun Ada Dugaan Penggunaan Bahan Kedaluwarsa Karena Pelayanan di Pizza Hut yang Cepat dan Ramah	91

Tabel IV.35 : Responden Merasa Menu di Pizza Hut Lebih Enak Dibanding Restoran Pizza Lainnya Meskipun Diduga Menggunakan Bahan Masakan yang Kedaluwarsa	93
Tabel IV.36 : Responden Merasa Pizza Hut Lebih Baik Dibandingkan Restoran Pizza Lainnya Meskipun Ada Dugaan Melakukan Praktek Perpanjangan Masa Pakai Pada Bahan Makanannya	94
Tabel IV.37 : Kategori Skor Interval Pemberitaan	96
Tabel IV.38 : Kategori Skor Interval <i>Corporate Image</i>	97
Tabel IV.39 : Skala Interval Indikator Judul Berita	97
Tabel IV.40 : Skala Interval Indikator Teras Berita	98
Tabel IV.41 : Skala Interval Indikator Tubuh Berita	98
Tabel IV.42 : Skala Interval Indikator <i>Prominence</i>	99
Tabel IV.43 : Skala Interval Indikator <i>The Position/Credibility</i>	100
Tabel IV.44 : Skala Interval Indikator Pemberitaan	100
Tabel IV.45 : Skala Interval Indikator <i>Primary Impression</i>	101
Tabel IV.46 : Skala Interval Indikator <i>Familiarity</i>	102
Tabel IV.47 : Skala Interval Indikator <i>Perseption</i>	103
Tabel IV.48 : Skala Interval Indikator <i>Preference</i>	104
Tabel IV.49 : Skala Interval Indikator <i>Position</i>	105
Tabel IV.50 : Skala Interval Indikator <i>Corporate Image</i>	105
Tabel IV.51 : Tabulasi Silang Jumlah Konsumsi dengan Pemberitaan	107
Tabel IV.52 : Tabulasi Silang Jumlah Konsumsi dengan <i>Corporate Image</i>	108
Tabel IV.53 : Tabulasi Silang Pemberitaan dengan <i>Corporate Image</i>	109
Tabel IV.54 : Hasil Korelasi Pemberitaan dengan <i>Corporate Image</i>	111
Tabel IV.55 : <i>Coefficients</i> Regresi Pemberitaan Terhadap <i>Corporate Image</i>	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	122
Lampiran 2 : <i>Monitoring</i> Pemberitaan	125
Lampiran 3 : Tabel R	128
Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas	129
Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas	131
Lampiran 6 : Deskripsi Identitas Responden Penelitian	132
Lampiran 7 : Deskripsi Variabel Pemberitaan	132
Lampiran 8 : Deskripsi Variabel <i>Corporate Image</i>	135
Lampiran 9 : Skala Interval Pemberitaan.....	138
Lampiran 10 : Skala Interval <i>Corporate Image</i>	139
Lampiran 11 : Tabulasi Silang	141
Lampiran 12 : Analisis Korelasi	142
Lampiran 13 : Analisis Regresi Linear Sederhana	142
Lampiran 14 : Distribusi Tabel T	143
Lampiran 15 : <i>Coding</i>	144

ABSTRAK

Amelia Adeline Wibisono, NRP. 1423013002. *PENGARUH PEMBERITAAN “ADA APA DENGAN PIZZA” DI MAJALAH TEMPO EDISI 5-11 SEPTEMBER 2016 TERHADAP CORPORATE IMAGE PIZZA HUT*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 2017.

Pada tahun 2016, muncul pemberitaan “Ada Apa dengan Pizza” di Majalah Tempo edisi 5-11 September 2016. Berita tersebut memaparkan hasil investigasi yang telah BBC dan Tempo lakukan mengenai Pizza Hut dan Marugame Udon yang diduga pernah menggunakan bahan kedaluwarsa dalam masakan mereka. Hal ini merupakan krisis *Public Relations* (PR) karena pemberitaan tersebut dapat membawa pengaruh buruk terhadap reputasi, citra, dan kredibilitas perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh dari pemberitaan “Ada Apa dengan Pizza” di Majalah Tempo edisi 5-11 September 2016 terhadap *corporate image* Pizza Hut. Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanasi yang bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel X dan variabel Y, dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei kuesioner yang mana akan diukur menggunakan Skala Likert. Hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh negatif pemberitaan “Ada Apa dengan Pizza” di Majalah Tempo edisi 5-11 September 2016 dengan *corporate image* Pizza Hut. Hal ini dapat dijelaskan bahwa apabila pemberitaan negatif tentang Pizza Hut tersebut semakin tinggi dimana responden mengetahui dengan baik berita tersebut maka penilaian terhadap *corporate image* Pizza Hut juga akan negatif. Namun, penilaian tersebut juga dipengaruhi oleh jumlah mengkonsumsi Pizza Hut dalam kurun waktu satu tahun ini. Semakin sering responden mengkonsumsi Pizza Hut maka walaupun pemberitaan tergolong tinggi namun penilaian terhadap *corporate image* Pizza Hut belum tentu negatif.

Kata kunci: Pemberitaan, *Corporate Image*, Pizza Hut

ABSTRACT

Amelia Adeline Wibisono, NRP. 1423013002. *The Impact of “What’s wrong with pizza” news in the Tempo Magazine in 5-11 September 2016 edition toward corporate Pizza Hut Image”. Faculty of Communication Sciences of Widya Mandala Catholic University Surabaya, 2017.*

In 2016, appears a “What’s wrong with Pizza” news in the Tempo Magazine in 5-11 September 2016 editions. The news describes the results of the investigation by BBC and Tempo that Pizza Hut and Marugame Udon have been alleged that they have ever used expired ingredients in their cuisines. This has been categorized as a crisis in Public Relations (PR) as the news can cause negative impact on the reputations, image and credibility to the company. Therefore, this research has been done to figure out whether there was impact from that news. In order to look at the influence between X and Y variables, “explanation” method and questionnaire was used in this research by quantitative scope. Subsequently, Likert scale will be used to measure the results. From this research, it is concluded that there was a negative impact towards Pizza Hut as more people know this news which will obviously give bad rating to Pizza Hut. Besides, those ratings have been influenced on the quantity of Pizza Hut consumers in the whole year. The more often the respondent consumes Pizza Hut, even if the news is relatively high, the assessment of the corporate image Pizza Hut is not necessarily negative.

Keywords: News, Corporate Image, Pizza Hut