

*SOCIAL NETWORK ANALYSIS IN THE USE OF THE #BOYCOTT HASHTAG AS AN
IMPACT OF CONFLICT***Namirah Khairunnisa^{1*}, Kiky Resky Ramadhani Sucipto², Muhammad Fachrul Salam³**Institut Teknologi dan Bisnis Kalla^{1,2,3}namirakhairunnisa@kallabs.ac.id^{1*}, kikiresky@kallabs.ac.id², m.fachrul@kallabs.ac.id³**ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis jaringan tagar #BoycottMcDonalds di media sosial Twitter dengan metode Social Network Analysis (SNA) untuk mengidentifikasi aktor berpengaruh dan tingkat interaksi yang terjadi dalam jaringan dengan menggunakan metrik centrality, density, dan modularity. Dari 2.468 tweet yang diperoleh melalui crawling data Twitter menggunakan API Twitter, setelah tahap persiapan data (pre-processing) hanya terdapat 810 tweet yang siap dianalisis di Gephi. Penelitian ini ingin melihat dan menentukan aktor berpengaruh dalam jaringan tagar #BoycottMcDonalds dihitung menggunakan metrik centrality yaitu degree centrality, closeness centrality, betweenness centrality, dan eigenvector centrality. Hasil analisis menunjukkan bahwa akun irishpopeye yang menempati posisi tertinggi pada out-degree dengan bobot sebesar 43 dan pada closeness centrality dengan bobot 1,0. Adapun tingkat interaksi yang terjadi dalam jaringan, berdasarkan nilai metrik modularity yang didapatkan sebesar 0,934 dan density sebesar 0,001 yang menunjukkan bahwa tingkat interaksi dalam jaringan #BoycottMcDonalds rendah.

Kata kunci: Social Network Analysis, API Twitter, Fenomena Boikot, Metrik Centrality, Metrik Modularity dan Density

ABSTRACT

This study analyzes the #BoycottMcDonalds hashtag network on Twitter social media using Social Network Analysis (SNA) method to identify influential actors and the level of interaction that occurs in the network using centrality, density, and modularity metrics. Of the 2,468 tweets obtained through crawling Twitter data using the Twitter API, after the data preparation stage (pre-processing) there are only 810 tweets that are ready to be analyzed in Gephi. Determining influential actors in the #BoycottMcDonalds hashtag network is calculated using centrality metrics, namely degree centrality, closeness centrality, betweenness centrality, and eigenvector centrality. The analysis results show that the irishpopeye account occupies the highest position in out-degree with a weight of 43 and in closeness centrality with a weight of 1.0. The second influential account is the mcdonalds account with the highest eigenvector

centrality weight of 1.0 and the third influential account is the drloupis account with a fairly high eigenvector centrality and degree centrality value. As for the level of the interaction that occurs in the network, based on the modularity metric value obtained of 0.934 and density of 0.001 which indicates that the level of interaction in the #BoycottMcDonalds network is low.

Keywords: *Social Network Analysis, Twitter API, Cancel Culture, Centrality Metrics, Modularity and Density Metrics*

PENDAHULUAN

Konflik Israel-Palestina telah lama menjadi isu global yang memengaruhi opini publik secara signifikan. Pada Oktober 2023, intensifikasi konflik memicu respons global, termasuk kampanye boikot terhadap perusahaan-perusahaan yang dianggap mendukung Israel, seperti McDonald's. Media sosial, terutama Twitter, menjadi platform utama bagi publik untuk mengorganisir boikot melalui tagar seperti #BoycottMcDonalds, #BoycottPizzaHut, dan #BoycottStarbucks. Cancel culture sebagai fenomena digital memungkinkan opini masyarakat untuk disuarakan secara kolektif, memberikan dampak pada merek global.

Social Network Analysis (SNA) adalah metode analitis yang berfokus pada hubungan antara entitas dalam jaringan sosial untuk memahami struktur dan dinamika interaksi. Dalam konteks tagar #BoycottMcDonalds, SNA digunakan untuk mengidentifikasi aktor-aktor berpengaruh yang mengarahkan opini publik dan mengukur tingkat keterhubungan jaringan. Penelitian ini mengisi kekosongan literatur terkait penggunaan SNA dalam kampanye boikot akibat konflik internasional, khususnya yang berkaitan dengan merek global.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan efektivitas SNA dalam menganalisis pergerakan sosial digital, seperti pada gerakan antikorupsi dan kampanye politik. Penelitian seperti (Oktora dkk, 2017) dan (Sitorus, 2022) mendemonstrasikan bagaimana analisis metrik centrality dan modularity dapat mengidentifikasi pola keterlibatan pengguna yang berpengaruh dalam jaringan hashtag. Studi ini membedakan dirinya dengan fokus pada efek cancel culture terhadap merek internasional dalam konteks konflik politik.

Dukungan yang lebih meluas dan aktif terhadap boikot McDonald's tidak hanya terlihat dari kampanye yang trending di Twitter, tetapi juga berdampak nyata pada kinerja perusahaan. Hal ini terbukti dengan penurunan penjualan McDonald's secara signifikan di berbagai negara. Berdasarkan laporan keuangan perusahaan yang dirilis pada akhir tahun 2023, segmen penjualan setiap franchise McDonald's secara Internasional hanya mencatat kenaikan sebesar 0,7 %. Pencapaian ini jauh di bawah proyeksi awal yang memperkirakan pertumbuhan sebesar 5,5 %. Akibat tidak tercapainya target penjualan tersebut, nilai saham McDonald's juga mengalami penurunan hingga 4% sepanjang kuartal IV tahun 2023 (Nugroho, 2024).

Aksi boikot yang dilakukan di media sosial tersebut berhasil memengaruhi perilaku konsumen McDonald's secara langsung, yang pada akhirnya berdampak pada performa finansial perusahaan secara keseluruhan. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, khususnya bagaimana mobilisasi dan penyebaran informasi terjadi dalam jaringan tagar #BoycottMcDonalds untuk memahami bagaimana gerakan boikot di media sosial dapat

memengaruhi keputusan konsumen secara langsung dan memengaruhi kinerja finansial perusahaan McDonald's (Kumar dkk, 2023).

Untuk mengetahui bagaimana mobilisasi dan penyebaran informasi terkait tagar #BoycottMcDonalds terjadi di Twitter, penelitian ini ingin mengidentifikasi user berpengaruh dan tingkat interaksi yang terjadi dalam jaringan tagar #BoycottMcDonalds. Tingkat interaksi memberikan wawasan tentang bagaimana penyebaran informasi terjadi dalam jaringan tagar #BoycottMcDonalds, sedangkan user berpengaruh adalah untuk mengetahui siapa individu-individu yang memiliki peran penting dalam mobilisasi dan penyebaran informasi yang dapat memengaruhi user lainnya.

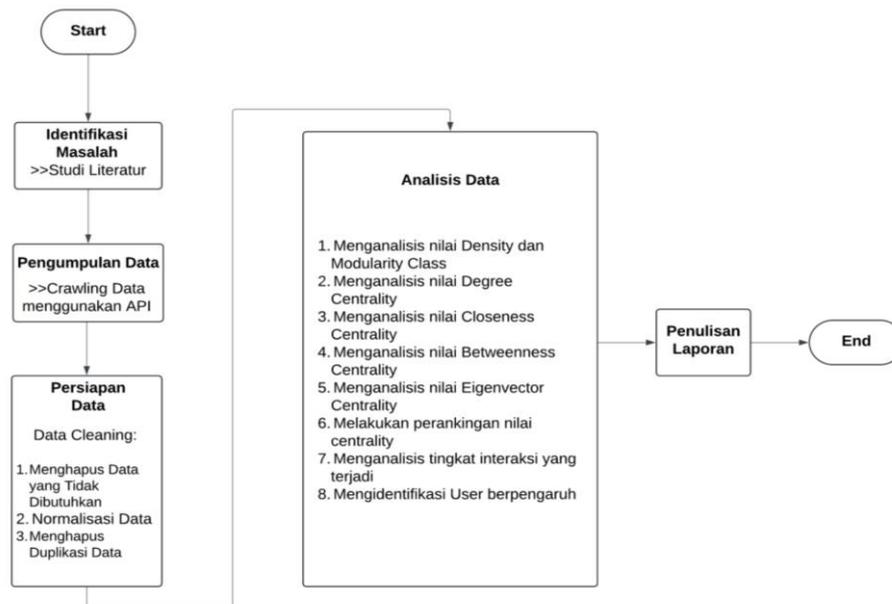
Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aktor utama dalam jaringan tagar #BoycottMcDonalds serta menganalisis pola interaksi untuk memahami bagaimana kampanye digital ini memengaruhi merek global. Dalam konteks cancel culture, kampanye boikot di media sosial seperti Twitter memberikan dampak signifikan pada reputasi merek global (Setiamukti dkk, 2023). Pertanyaan penelitian yang ingin dijawab yaitu bagaimana aktor utama berkontribusi dalam jaringan kampanye boikot?

Kemudian batasan pada penelitian ini yaitu hanya menggunakan data dari Twitter, yang memiliki basis pengguna tertentu dan pola interaksi yang unik. Twitter memiliki basis pengguna yang mungkin tidak mewakili populasi secara keseluruhan, namun jaringan sosial di Twitter bersifat terbuka dan cepat (real-time).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan Social Network Analysis (SNA) untuk menganalisa dan menggambarkan struktur dari sebuah jaringan sosial (Kurniawan dkk., 2020). Melalui penggunaan metode SNA, penulis berusaha memahami siapa user yang berpengaruh dalam penyebaran informasi, serta bagaimana tingkat interaksi yang terjadi di antara para pengguna Twitter, khususnya dalam jaringan tagar #BoycottMcDonalds.

Penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran yang menyeluruh dan mendalam mengenai proses-proses yang dilakukan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Wilding dkk., 2018). Setiap tahapan dalam penelitian ini disusun secara sistematis, mulai dari identifikasi masalah, pengumpulan data, hingga analisis dan interpretasi hasil, untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian. Rancangan penelitian ini diilustrasikan secara jelas melalui gambar di bawah, yang berfungsi sebagai panduan visual mengenai alur penelitian. Setiap langkah dalam penelitian ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling terkait dalam satu rangkaian proses yang terintegrasi.



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian nantinya menggambarkan tahapan yang sistematis dalam menganalisis data terkait tagar #BoycottMcDonalds menggunakan SNA. Tahap pertama dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi masalah melalui studi literatur. Tahap ini adalah langkah awal di mana penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan dipecahkan (Napolitano, 2024). Penulis melakukan studi literatur untuk mendapatkan referensi terkait topik penelitian, menemukan celah penelitian yang belum banyak dikaji, serta mengidentifikasi aspek-aspek penting dari penelitian terdahulu yang bisa dijadikan dasar dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini, data diperoleh dari 2.468 tweet melalui crawling menggunakan API Twitter. Setelah tahap pre-processing, hanya 810 tweet yang dianalisis menggunakan perangkat lunak Gephi. Dalam jejaring sosial seperti Twitter, metrik modularitas digunakan untuk menemukan kelompok teman yang saling terkait, sedangkan metrik densitas digunakan untuk mengukur seberapa erat suatu kelompok teman tersebut berinteraksi satu sama lain.

Dalam analisis jejaring sosial (Social Network Analysis), metrik modularitas dan densitas adalah dua konsep penting yang digunakan untuk memahami struktur dan karakteristik suatu jaringan (Rifai dkk., 2022).

1. Modularitas mengukur sejauh mana suatu jaringan dapat dibagi menjadi komunitas atau kelompok yang jelas, di mana terdapat lebih banyak koneksi antar-node dalam kelompok dibandingkan dengan koneksi antar kelompok. Modularitas sering digunakan untuk mengevaluasi kualitas partisi komunitas.

Interpretasi Modularitas:

- Nilai modularitas berkisar dari -1 hingga 1
- Nilai mendekati 1 menunjukkan bahwa komunitas dalam jaringan sangat terdefinisi dengan baik.

- Nilai mendekati 0 menunjukkan bahwa komunitas kurang terstruktur.
 - Nilai negatif menunjukkan bahwa partisi tidak lebih baik dari pengacakan.
2. Densitas mengukur seberapa padat hubungan dalam jaringan, yaitu proporsi koneksi yang ada dibandingkan dengan jumlah koneksi yang mungkin dalam jaringan.

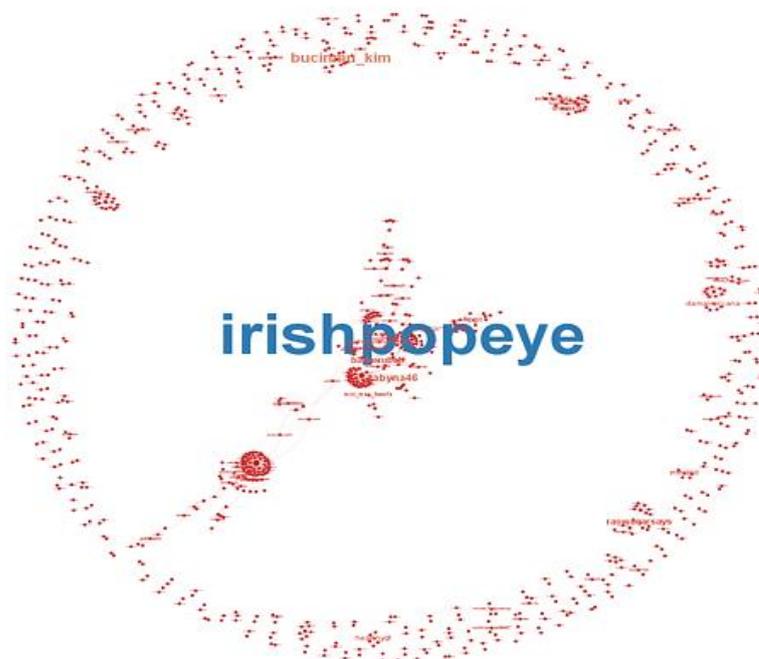
Interpretasi Densitas:

- Nilai densitas berkisar dari 0 hingga 1
- Nilai mendekati 1 menunjukkan bahwa jaringan sangat terhubung (hampir semua node saling terhubung).
- Nilai mendekati 0 menunjukkan bahwa jaringan sangat jarang terhubung.

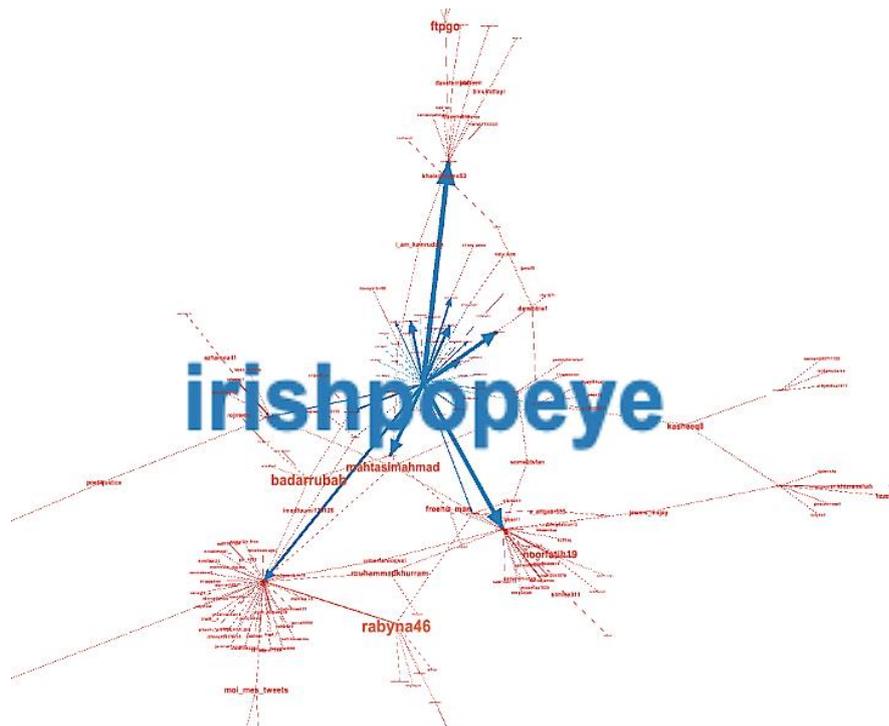
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi Pada tahap Social Network Analysis (SNA), data yang telah dipersiapkan, yaitu data yang hasil pre-processing, diimpor ke dalam perangkat lunak Gephi. Proses ini dilakukan dengan mengimpor file berisi informasi tentang node dalam jaringan (Susilawati dkk., 2023).

Dalam penelitian ini, penentuan warna pada setiap node yang mencerminkan tingkat pengaruhnya terhadap centrality dilakukan melalui menu Appearance di Gephi. Pada konfigurasi ini, warna-warna node diatur berdasarkan derajat pengaruhnya, seperti yang ditampilkan pada gambar. Node dengan warna merah menunjukkan tingkat pengaruh yang rendah, sedangkan node yang sangat berpengaruh diberi warna biru. Dengan demikian, gradasi warna dari merah hingga biru memberikan visualisasi yang jelas mengenai tingkat pengaruh masing-masing node (Kihal, 2023).



Gambar 2. Hasil Visualisasi Data Degree Centrality



Gambar 3. Visualisasi Data Degree Centrality Jika di Zoom

Tabel 1. Nilai Out-Degree Centrality Jaringan #BoycottMcDonalds

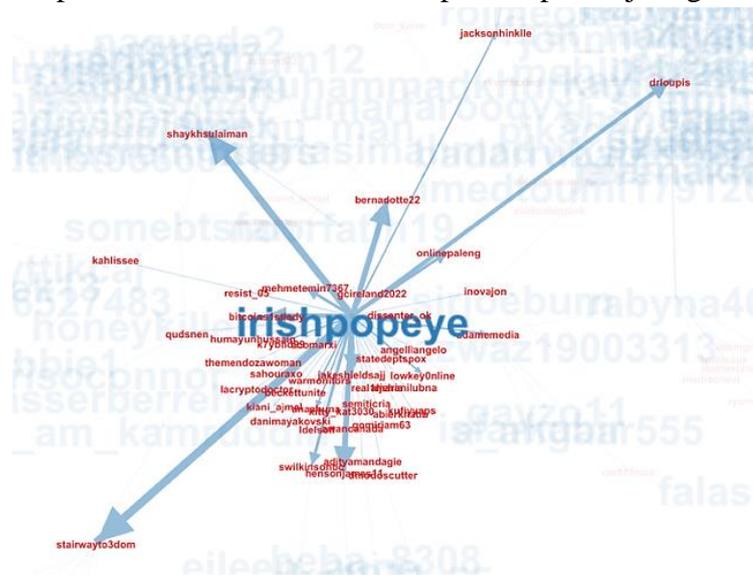
No	Username	Out-Degree
1	irishpopeye	43
2	bucinmu_kim	10
3	rabyna46	7
4	raowaqarsays	6
5	badarrubab	6

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1 di atas, didapatkan 5 akun dengan nilai out-degree centrality tertinggi dibandingkan dengan akun lain dalam jaringan tagar #BoycottMcDonalds dan diketahui bahwa akun irishpopeye dengan node berwarna biru dengan nilai out-degree yang relatif tinggi yakni 43, menandakan bahwa akun ini lebih aktif berinteraksi dan menunjukkan keterlibatan aktif dalam percakapan terkait tagar #BoycottMcDonalds daripada menerima perhatian dari akun lain. Akun bucinmu_kim yang memiliki nilai out-degree sebesar 10 berarti meskipun jumlah out-degree akun ini lebih sedikit dibandingkan dengan akun irishpopeye, hal ini menunjukkan bahwa akun ini tetap berpartisipasi aktif dengan merespons atau berinteraksi langsung dengan akun lain yang ada dalam jaringan #BoycottMcDonalds.

Akun lain yaitu rabyna46 dengan nilai out-degree 7 dimana meskipun nilainya kecil dibandingkan akun lainnya, total bobot menunjukkan bahwa akun ini memiliki peran yang tetap signifikan dalam menyebarkan tagar #BoycottMcDonalds dalam jaringan. Adapun akun raowaqarsays dan badarrubab dengan nilai out-degree 6, menunjukkan bahwa akun ini

memiliki partisipasi moderat dalam jaringan, dengan keterbatasan dalam menyebarkan tagar #BoycottMcDonalds tetapi masih berkontribusi dalam percakapan di jaringan.



Gambar 4. Hasil Visualisasi Closeness Centrality

Tabel 2. Nilai Closeness Centrality

No	Username	Bobot
1	irishpopeye	1,0
2	bucinmu_kim	1,0
3	rabyana46	1,0
4	raowaqarsays	1,0
5	badarrubab	1,0

Sumber: Data diolah, 2024

Dalam tabel diatas, setiap akun memiliki bobot closeness centrality yang sama, yaitu 1,0. Ini berarti bahwa, dalam jaringan #BoycottMcDonalds, semua akun tersebut memiliki tingkat aksesibilitas yang sama terhadap akun lain, sehingga tidak ada akun yang secara signifikan lebih cepat dalam menjangkau seluruh jaringan. Namun dapat dilihat bahwa akun irishpopeye yang muncul pada urutan pertama, hal ini bisa terjadi karena bobot degree centrality pada akun irishpopeye cukup tinggi.



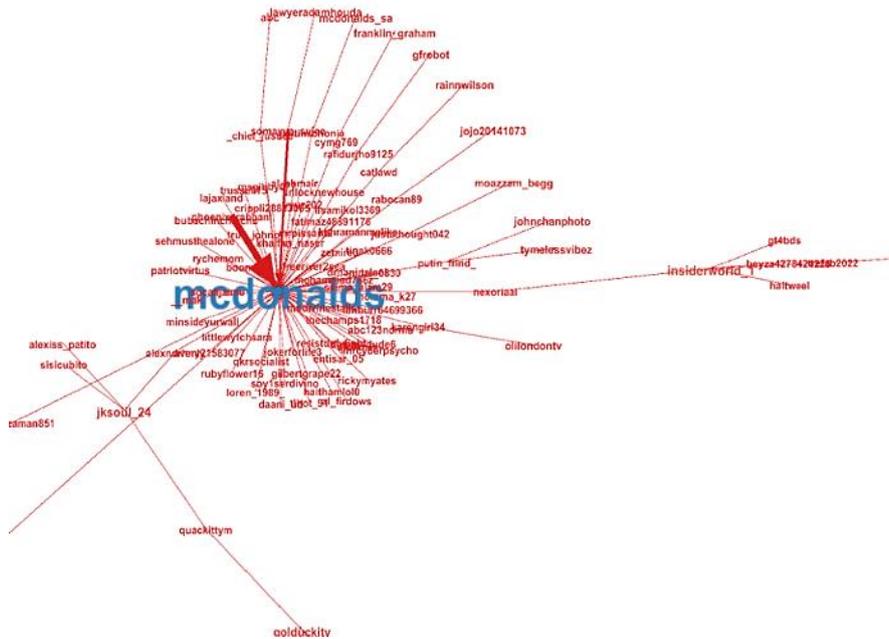
Gambar 5. Hasil Visualisasi Betweenness Centrality

Tabel 3. Nilai Betweenness Centrality

No	Username	Bobot
1	ginle34686mc	0,000003
2	bora_flwr_thrwr	0,000002
3	nudiustertian_1	0,000002
4	sdgmasterglass	0,000001
5	reedmaxii	0,000001

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai betweenness centrality semua akun sangat rendah, dengan akun ginle34686mc yang memiliki nilai tertinggi sebesar 0,000003. Nilai ini menunjukkan bahwa tidak ada akun yang secara signifikan menjadi perantara dalam penyebaran informasi dalam jaringan ini. Hal ini dapat menunjukkan bahwa struktur jaringan relatif terdesentralisasi atau tidak tergantung pada beberapa akun utama untuk menghubungkan berbagai kelompok akun lain.



Gambar 6. Hasil Visualisasi Eigenvector Centrality

Tabel 4. Nilai Eigenvector Centrality

No	Username	Bobot
1	mcdonalds	1,0
2	drloupis	0,651
3	shaykhsulaiman	0,333
4	ggohannn	0,257
5	jks_waist	0,196

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel di atas, akun mcdonalds memiliki nilai eigenvector centrality tertinggi, yaitu 1,0 yang menunjukkan bahwa akun tersebut tidak hanya memiliki banyak koneksi, tetapi juga terhubung dengan akun-akun lain yang berpengaruh. Akun drloupis yang juga memiliki pengaruh cukup besar dengan nilai 0,651 yang diikuti oleh akun shaykhsulaiman dengan nilai 0,333 dan akun ggohann dengan nilai 0,257.

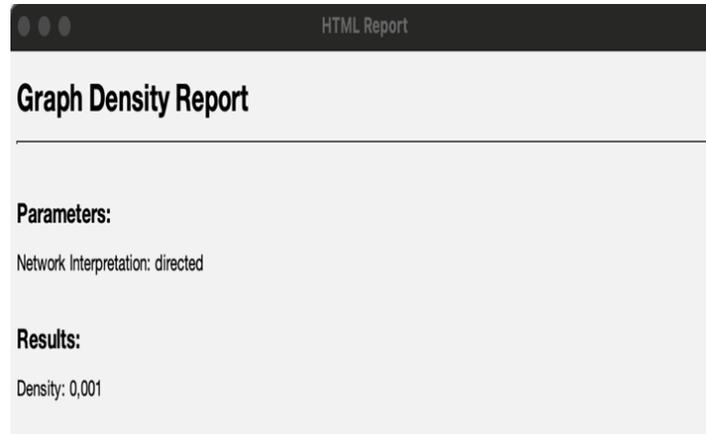
Akun dengan nilai eigenvector centrality yang lebih rendah seperti jks_waist memiliki pengaruh yang lebih terbatas karena akun tersebut mungkin tidak terhubung secara langsung dengan akun-akun yang memiliki pengaruh besar dalam jaringan.

Tabel 5. Nilai Properti Jaringan

No	Properti Jaringan	Bobot
1	Modularity	0,934
2	Density	0,001

Sumber: Data diolah, 2024

Dengan modularity sebesar 0.934, jaringan tagar #BoycottMcDonalds menunjukkan interaksi yang rendah namun berfokus pada komunitas-komunitas kecil. Nilai density yang sangat rendah, yaitu 0.001, mengindikasikan bahwa jaringan ini terdiri dari kelompok-kelompok yang terisolasi, yang menunjukkan bahwa informasi mengenai kampanye boikot ini cenderung menyebar di antara komunitas tertentu tanpa keterhubungan yang erat dengan komunitas lainnya. Hal ini konsisten dengan karakteristik kampanye cancel culture, yang sering kali berkembang secara independen dalam jaringan dengan keterlibatan yang bersifat episodik (Khuram dkk, 2023)



Gambar 7. Report Density

Analisis ini menegaskan dampak boikot pada reputasi McDonald's di berbagai wilayah yang menunjukkan penurunan penjualan yang signifikan. Penurunan tersebut dipicu oleh kampanye digital yang diinisiasi oleh kelompok tertentu, yang memiliki potensi untuk memengaruhi persepsi publik dan keputusan konsumen, terutama di wilayah dengan sentimen kuat terhadap konflik yang sedang berlangsung (Utami dkk, 2019).

Temuan ini memperkuat hasil studi terdahulu tentang peran media sosial dalam mengorganisir opini publik dan tindakan boikot. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi

baru dengan fokus pada konsekuensi cancel culture terhadap merek multinasional dalam situasi konflik global (Yanuar dkk., 2023). SNA terbukti efektif dalam mengidentifikasi aktor-aktor penting dalam jaringan yang memiliki kapasitas untuk memobilisasi opini publik, memperlihatkan pentingnya analisis ini bagi perusahaan global (Setiamukti dkk, 2023).

Pembahasan

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode SNA. Data dikumpulkan dari Twitter melalui crawling data dengan memanfaatkan Twitter API dan diolah menggunakan Python di Google Colab (Radjah dkk., 2023).

conversation_id	username	author_id	created_at	text	retweet_count	reply_count	like_count	quote_count	mentions
1.84851E+18	kitchen5203	7.20324E+17	Mon Oct 21 23:5	@LoisStroud66	2	0	0	0	LoisStroud66, kitchen5203
1.84851E+18	realiq5	1.5798E+18	Mon Oct 21 23:5	@pc93:	2	0	0	0	pc93, realiq5, McDonalds
1.84851E+18	Sweet2Sunday	32249695	Mon Oct 21 23:5	@ZenPeace:	12	0	0	0	ZenPeace, RonFilipkowski
1.84851E+18	elon_musk_5349	1.83851E+18	Mon Oct 21 23:5	RT @DebbieCarrots	1	0	0	0	DebbieCarrots
1.84851E+18	DebbieCarrots	1.82058E+18	Mon Oct 21 23:5	Petition to #Boyc	1	0	1	0	
1.84851E+18	Alexand4850542	1.17944E+18	Mon Oct 21 23:4	RT	2	0	0	0	JuanVSchoch, LakotaMan1, McDonalds
1.84851E+18	Alexand4850542	1.17944E+18	Mon Oct 21 23:4	@JuanVSchoch:	3	0	0	0	JuanVSchoch, WalshFreedom, RepDebDingell, McDonalds
1.84851E+18	Alexand4850542	1.17944E+18	Mon Oct 21 23:4	@WalshFreedom	5	0	0	0	JuanVSchoch, YourAnonNews, RealAlexJones, McDonalds
1.84851E+18	Alexand4850542	1.17944E+18	Mon Oct 21 23:4	@JuanVSchoch:	5	0	0	0	JuanVSchoch, elonmusk, steelers, McDonalds
1.84844E+18	HotInTheWest1	1.32921E+18	Mon Oct 21 23:4	@patriottakes Fu	0	0	0	0	patriottakes
1.84851E+18	kimfeldpausch	72697263	Mon Oct 21 23:4	@LucidThinker_1	18	0	0	0	LucidThinker_1
1.84851E+18	claudiacragg	6261682	Mon Oct 21 23:4	At 15, I had a #fil	1	1	1	0	
1.84851E+18	MAJewel_autho	3246130572	Mon Oct 21 23:4	Am I the only one	0	0	2	0	
1.84851E+18	hotstuffmedic	632216194	Mon Oct 21 23:2	@McDonalds you	0	0	0	0	McDonalds
1.84851E+18	TruthTeller	1.70815E+18	Mon Oct 21 23:2	@McDonalds Alt	0	0	0	0	McDonalds,realDonaldTrump,ChickfIA
1.84851E+18	DMarsh3044590	1.32548E+18	Mon Oct 21 23:2	#BoycottMcDon	2	1	2	0	
1.84851E+18	PriceCrockier1	1.57992E+18	Mon Oct 21 23:2	RT @TracyLinco	23	0	0	0	TracyLinco, OccupyDemocrats

Gambar 8. Contoh hasil Crawling Data

Tabel 5. Jumlah Data Didapatkan Saat Crawling

No	Periode Waktu Pengumpulan Data	Data Yang Didapatkan
1	Oktober – Desember 2023	545 Data
2	Januari – April 2024	951 Data
3	Mei – Juli 2024	457 Data
4	Agustus – Oktober 2024	515 Data
	Total	2468 Data

Sumber: Data diolah, 2024

Dari 2.468 tweet yang terkumpul, tahap pre-processing dilakukan untuk membersihkan data, menghasilkan 810 tweet yang layak untuk SNA di Gephi.

bpsitrep2025	collinrugg
bpsitrep2025	nypost
marahme93	youtube
kath80040958	tadhghickey
hinkley_da32553	youtube
gillyhx3	tadhghickey
robjbenson12	youtube
pensar82390431	youtube
zaridzegeo97291	youtube
kenis	youtube
davidchiarelli	davidchiarelli
frickenchris	acyn

Gambar 9. Contoh hasil Crawling Data

Metrik yang digunakan pada tahap SNA di Gephi meliputi (Surya dkk., 2020):

1. Degree Centrality untuk menentukan jumlah koneksi langsung suatu akun dengan akun lain. Skala dalam degree centrality berkisar antara 0 hingga jumlah node yang memiliki koneksi langsung dengan node tersebut.
2. Closeness Centrality mengukur seberapa cepat suatu informasi dari akun tertentu dapat menyebar dalam jaringan. Skala dalam closeness centrality berkisar antara 0 hingga 1.
3. Betweenness Centrality untuk mengidentifikasi akun yang menghubungkan berbagai kelompok dalam jaringan. Skala dalam closeness centrality berkisar antara 0 hingga 1.
4. Eigenvector Centrality mengukur pengaruh suatu akun berdasarkan relasinya dengan akun berpengaruh lainnya. Skala dalam closeness centrality berkisar antara 0 hingga 1.

Berdasarkan pada hasil analisis data, maka didapatkan hasil bahwa aktor utama yang diidentifikasi meliputi akun irishpopeye sebagai penyebar utama, akun mcdonalds sebagai pusat diskusi, dan akun drloupis yang menerima banyak respons. Meskipun jaringan bersifat terfragmentasi, aktor-aktor ini berperan penting dalam penyebaran informasi. Sehingga dampak praktis temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan data ini untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dalam merespons kampanye negatif di media sosial (Rifai dkk., 2022).

Berdasarkan tujuan penelitian ini, yang berfokus untuk mengidentifikasi aktor yang paling berpengaruh dalam penyebaran tagar #BoycottMcDonalds, maka metrik degree centrality, yang digunakan dalam penelitian ini adalah out-degree. Metrik ini dipilih karena lebih relevan dalam mengukur tingkat aktivitas akun dalam menyebarkan tagar #BoycottMcDonalds ke akun-akun lain dalam jaringan. Berdasarkan hasil analisis di Gephi, diketahui bahwa dalam jaringan tagar #BoycottMcDonalds terdapat variasi tingkat keterlibatan dan peran dalam menyebarkan informasi serta berinteraksi dengan akun lain di dalam jaringan. Akun irishpopeye dengan nilai out-degree 43, menonjol sebagai akun yang paling aktif berinteraksi dengan akun-akun lain. Hal ini menunjukkan bahwa irishpopeye sering memulai atau merespons percakapan dalam jaringan tagar #BoycottMcDonalds meskipun kurang menerima perhatian dari akun lain. Dengan kata lain, akun ini berfungsi sebagai salah satu penggerak utama yang mendorong diskusi atau menyebarkan pesan dalam konteks kampanye boikot tersebut.

Adapun untuk metrik closeness centrality, semua akun memiliki bobot yang sama yaitu 1,0 yang menunjukkan bahwa setiap akun memiliki tingkat aksesibilitas yang sama dalam menjangkau akun lain melalui jalur terpendek. Tidak ada akun yang secara signifikan lebih cepat dalam mengakses seluruh jaringan (Kuncoro dkk., 2023). Namun, akun irishpopeye berada di urutan pertama, hal ini kemungkinan disebabkan oleh tingginya bobot pada metrik centrality lainnya untuk akun tersebut. Pada metrik betweenness centrality diketahui bahwa bobot jaringan #BoycottMcDonalds sangat rendah untuk semua akun, dengan akun ginle34686mc yang memiliki nilai tertinggi hanya sebesar 0,000003. Ini menunjukkan bahwa tidak ada akun yang secara signifikan berperan sebagai perantara dalam penyebaran informasi. Untuk metrik eigenvector centrality, akun mcdonalds memiliki bobot tertinggi sebesar 1,0 yang menunjukkan bahwa akun ini tidak hanya memiliki banyak koneksi, tetapi juga terhubung dengan akun-akun berpengaruh dalam jaringan. Akun drloupis juga memiliki pengaruh yang signifikan dengan bobot 0,651 yang diikuti oleh akun shaykhsulaiman dengan bobot sebesar 0,333 dan akun ggohann sebesar 0,257. Adapun, akun dengan nilai eigenvector centrality lebih rendah, seperti jks_waist, memiliki pengaruh terbatas karena tidak terhubung secara langsung dengan akun-akun berpengaruh di dalam jaringan.

Untuk menentukan tingkat interaksi yang terjadi dalam jaringan #BoycottMcDonalds diperlukan nilai analisis terhadap properti jaringan, yaitu metrik modularity dan density. Berdasarkan hasil uji statistik, nilai modularity pada jaringan #BoycottMcDonalds tercatat sebesar 0,934 yang menunjukkan bahwa jaringan ini memiliki nilai modularity yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa jaringan tersebut sangat terstruktur ke dalam kelompok-kelompok kecil dengan banyak koneksi di dalam kelompok tersebut, namun terdapat sedikit koneksi antar kelompok. Nilai modularity yang tinggi ini mencerminkan adanya struktur komunitas yang kuat dalam jaringan #BoycottMcDonalds. Selain itu, nilai density jaringan #BoycottMcDonalds adalah 0,001 yang mengindikasikan bahwa jaringan ini sangat jarang terhubung. Hal ini berarti bahwa hanya 0,1% dari semua kemungkinan koneksi yang benar-benar ada dalam jaringan ini.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye boikot di media sosial dapat memengaruhi reputasi merek global melalui jaringan terfragmentasi. Dengan memanfaatkan SNA, perusahaan dapat mengidentifikasi aktor utama dan memahami pola interaksi untuk mengelola reputasi dengan lebih baik. Berdasarkan analisis centrality, 3 aktor yang memiliki pengaruh signifikan dalam jaringan #BoycottMcDonalds yaitu, yang pertama akun irishpopeye dengan nilai out-degree tertinggi sebesar 43 yang menandakan bahwa akun irishpopeye merupakan akun yang paling aktif dalam menyebarkan tagar dan berinteraksi dengan akun lain. Tingginya tingkat aktivitas ini menunjukkan bahwa irishpopeye memiliki peran sentral dalam penyebaran kampanye boikot McDonald's. Selanjutnya yaitu akun McDonald's dengan bobot eigenvector centrality tertinggi yaitu sebesar 1,0 yang menunjukkan bahwa meskipun akun ini bukan aktor yang aktif dalam menyebarkan tagar boikot, akun mcdonalds tetap menjadi pusat perhatian dalam jaringan. Akun mcdonalds dalam hal ini menjadi objek utama diskusi, sebagai

fokus utama gerakan boikot. Interaksinya dengan aktor-aktor berpengaruh lainnya memperkuat posisinya sebagai pusat perhatian dan perbincangan meskipun dalam konteks negatif yaitu sebagai target boikot. Akun ketiga yaitu akun drloupis dengan nilai eigenvector centrality dan degree centrality (in-degree) yang cukup tinggi yang menunjukkan bahwa meskipun akun ini tidak secara aktif menyebarkan kampanye boikot McDonald's melalui interaksi langsung, namun akun ini menerima banyak perhatian dari akun lain dalam jaringan #BoycottMcDonalds, dengan banyak akun yang terhubung atau merespons akun ini memberikan dampak signifikan terhadap penyebaran informasi dalam jaringan. Dengan demikian meskipun tidak berperan sebagai penyebar aktif, akun drloupis tetap memiliki pengaruh substansial dalam memfasilitasi diskusi dan persebaran informasi terkait kampanye boikot. Secara keseluruhan, ketiga aktor ini memainkan peran yang berbeda dalam jaringan #BoycottMcDonalds, dengan akun irishpopeye sebagai penyebar utama, akun mcdonalds sebagai pusat perhatian dan diskusi, dan akun drloupis sebagai aktor yang banyak mendapat respons dari akun lain.

Kemudian dengan nilai metrik modularity yang tinggi sebesar 0,934 dan metrik density yang rendah sebesar 0,001 dapat disimpulkan bahwa, tingkat interaksi dalam jaringan #BoycottMcDonalds adalah rendah. Meskipun ada beberapa akun yang memainkan peran penting dalam percakapan, jaringan #BoycottMcDonalds bersifat terfragmentasi, dengan interaksi yang lebih banyak terjadi dalam kelompok-kelompok kecil. Interaksi antar kelompok di jaringan #BoycottMcDonalds sangat terbatas yang menunjukkan bahwa percakapan lebih fokus kepada aktor kunci atau kelompok tertentu tanpa adanya interaksi yang terintegrasi di seluruh jaringan

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi penggunaan tagar lainnya yang mungkin muncul dalam konteks konflik atau gerakan sosial untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai pola interaksi dan jaringan terkait konflik atau gerakan sosial di media sosial. Selain itu Penelitian selanjutnya juga dapat diperluas ke platform media sosial selain Twitter, seperti TikTok dan Instagram sehingga dapat memperkaya pemahaman tentang dinamika dan pola interaksi yang berbeda di setiap platform sosial media. Selain itu, wawancara kualitatif dapat dilakukan untuk mendukung temuan kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Khuram, U., & Kilani, I. (2023). Network Science In Social Media Analysis: Analyzing Information Diffusion And Viral Trends. *Authorea*. <https://doi.org/10.22541/au.169454335.55769902/v1>
- Kihal, F. (2023). Social Network Analysis Approach And Its Applications In Communication Studies-Systematic Reading In Mechanisms And Methods. *Full Text Book Of Rimar Congress 7*, 65–90. <https://doi.org/10.47832/rimarcongress7-4>
- Kumar, S., & Srivastava, I. (2023). Global Marketing Strategies Of Mcdonald's. *International Journal For Multidisciplinary Research (IJFMR)*, 5(3). www.ijfmr.com
- Kuncoro, W. A., Sedyono, E., & Hartomo, K. D. (2023). Analisis Kolaborasi Hubungan Karyawan Menggunakan Metode Social Network Analysis (Studi Kasus Dinas Kearsipan

- Dan Perpustakaan Kabupaten Boyolali). *Jurnal Transformatika*, 20(2), 60. <https://doi.org/10.26623/transformatika.v20i2.6240>
- Kurniawan, D., Iriani, A., & Manongga, D. (2020). Pemanfaatan Social Network Analysis (SNA) Untuk Menganalisis Kolaborasi Karyawan Pada PT. Arum Mandiri Group. *Transformatika*, 17(2). <https://journals.usm.ac.id/index.php/transformatika>
- Napolitano, E. (2024, Januari 5). *McDonald's Ceo Says Israel-Hamas War Is Having A "Meaningful" Impact On Its Business*. <https://www.cbsnews.com/news/mcdonalds-ceo-boycott-support-israel-hamas-war-protest/>.
- Nugroho, A. C. (2024, Februari 6). *Efek Aksi Boikot, Penjualan Mcdonald's Meleset Dari Perkiraan Di Kuartal Iv/2024*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20240206/620/1738598/efek-aksi-boikot-penjualan-mcdonalds-meleset-dari-perkiraan-di-kuartal-iv2024>.
- Oktora, R., & Alamsyah, A. (2017). Pola Interaksi Dan Aktor Paling Berperan Dalam Event Jgtc 2013 Melalui Media Sosial Twitter Menggunakan SNA. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(3), 201. <https://doi.org/10.25124/jmi.v14i3.370>
- Radjah, E. G., Iriani, A., & Manongga, D. H. F. (2023). Analisis Terhadap Tagar #Lgbt Di Twitter Menggunakan Analisis Jaringan Sosial (SNA). *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 7(1), 300. <https://doi.org/10.30865/mib.v7i1.5476>
- Rifai, A., Rachmawati, E. P., & Wicaksono, D. A. (2022). Social Network Analysis Dalam Mengukur Keaktifan Promosi Universitas Di Media Sosial Twitter. *The Indonesian Journal Of Computer Science*, 11(3). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v11i3.3097>
- Setiamukti, M. F., & Nasvian, M. (2023). Social Network Analysis #USUTTUNTAS Pada Media Sosial Twitter. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 124–137. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.5427>
- Sitorus, A. M. H. (2022). Social Network Analysis (SNA) Tentang Protes Digital Di Twitter: Studi Pada Tagar #Cabutpermenjht56tahun. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 7(1), 84–94. <https://jurnal.unpad.ac.id/sosioglobal/search/authors/view?firstname=alhamudin&middlename=maju%20hamonangan&lastname=sitorus&affiliation=&country=id>
- Surya, T. G., Aleah, N. J. A., Kartiwi, M., & Ihsanto, E. (2020). Social Network Analysis Using Python Data Mining. *2020 8th International Conference On Cyber And It Service Management (CITSM)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/citsm50537.2020.9268866>
- Susilawati, A. T., Lestari, N. A., & Nina, P. A. (2023). Analisis Sentimen Publik Pada Twitter Terhadap Boikot Produk Israel Menggunakan Metode Naïve Bayes. *Nian Tana Sikka : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 26–35. <https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v2i1.240>
- Utami, A., & Alamsyah, A. (2019). Analisis Karakteristik Strategi Konten E-Commerce Indonesia Menggunakan Pendekatan Social Network Analysis Untuk Market Intelligence. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa*, 15(2), 116–123. <https://doi.org/10.29313/performa.v0i0.3473>
- Wilding, D., Fray, P., Molitorisz, S., & Mckewon, E. (2018). *The Impact Of Digital Platforms On News And Journalistic Content*. Nsw.

Yanuar, D., Muharman, N., Yudha, M. Y. T. P., Rahmawati, R., Anisah, N. A., & Maini, M. S. (2023). Cancel Culture Sebagai Bentuk Kontrol Sosial Di Twitter. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(2), 120–135. <https://doi.org/10.20473/medkom.v3i2.44044>