

RINGKASAN

The Muffin Song merupakan sebuah konten audio-visual yang dipublikasikan oleh pengguna YouTube TomSka pada 12 Mei 2018. Video klip The Muffin Song telah memiliki tiga koma delapan juta *like* dan seratus dua puluh empat ribu *dislike* serta 232.522.286 kali tayang. Selain kepopulerannya pada *platform* media social YouTube, The Muffin Song juga merupakan salah satu lagu populer sebagai *background music* pada aplikasi TikTok dengan 271.600 kali penggunaan. Dari observasi awal peneliti, lagu ini digunakan pada berbagai jenis video pada *platform* TikTok. Berbeda dari YouTube yang mengaplikasikan kebijakan terkait bunuh diri dan tindakan menyakiti diri sendiri di beberapa waktu terakhir, Twitter telah memiliki kebijakan konten sensitif (*sensitive media policy*) sejak tahun 2017 dan diperbarui serta diperketat pada tahun 2022. Meskipun begitu, dari data awal yang peneliti kumpulkan sebanyak 72.856 cuitan tentang The Muffin Song, hanya 1.304 cuitan atau 1,79% di antaranya yang ditandai sebagai konten sensitif.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif univariat dengan menggunakan tiga metode analisis yaitu *Social Network Analysis* (SNA), *Text Network Analysis* (TNA), dan *Sentiment Analysis*. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Twitter dan cuitan pengguna Twitter dengan “#TheMuffinSong” dan “The Muffin Song” antara tanggal 12 Mei 2018 hingga 31 Desember 2021. Data yang peneliti kumpulkan sejumlah 71.856 cuitan. Setelah melalui proses seleksi berdasarkan label cuitan berbahasa inggris (label bahasa en) dan pembersihan duplikasi data, maka didapatkan populasi bersih sejumlah 14.017 cuitan dan 17.072 pengguna yang terlibat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi pengguna Twitter tentang topik ini cenderung singkat dan pendek. Bila melihat interaksi yang kuat antar pengguna Twitter, maka terlihat bahwa ada kelompok-kelompok pengguna yang saling berinteraksi dengan kelompok lain dengan satu atau lebih akun berperan sebagai jembatan interaksi. Kata yang sering digunakan muncul sebagai akibat dari adanya interaksi lintas *platform* yang dilakukan oleh pengguna. Dari interaksi tersebut pula, akun Twitter milik YouTube menjadi akun dominan dalam peta jaringan yang dibentuk. Terjadinya interaksi lintas *platform* ini pula menyebabkan tingginya relevansi akun Twitter milik YouTube dengan hasil *sentiment* cuitan yang positif.

SUMMARY

The Muffin Song is an audio-visual content published by YouTube user TomSka on May 12, 2018. The video clip for The Muffin Song has 3.8 million likes and 124.000 dislikes and 232,522,286 views. Apart from its popularity on YouTube, The Muffin Song is also one of the most popular songs used as background music on the TikTok with 271,600 uses. From the our initial observations, this song is used in various types of videos on the TikTok platform. Unlike YouTube, which has recently implemented policies related to suicide and self-harm, Twitter has had a sensitive media policy since 2017 and updated and tightened it in 2022. However, from the initial data that we collected, out of the 72,856 tweets about The Muffin Song, only 1,304 or 1.79% of them were marked as sensitive content.

This study is a univariate quantitative descriptive study using three analytical methods, namely Social Network Analysis (SNA), Text Network Analysis (TNA), and Sentiment Analysis. The population in this study were Twitter users and tweets from Twitter users with "#TheMuffinSong" and "The Muffin Song" between 12 May 2018 and 31 December 2021. The data the researchers collected totaled 71,856 tweets. After going through a selection process based on English language labels (en language labels) and cleaning up duplicate data, a net population of 14,017 tweets and 17,072 users were obtained.

The results of this study indicate that the interactions of Twitter users about this topic tend to be short and short. If you look at the strong interaction between Twitter users, you can see that there are groups of users who interact with other groups with one or more accounts acting as a bridge for interaction. Frequently used words appear as a result of cross-platform interactions carried out by users. From this interaction, YouTube's Twitter account has become the dominant account in the network map formed. This cross-platform interaction has also led to the high relevance of YouTube's Twitter account with positive tweet sentiment results.