

## Pemetaan Aktivisme Digital Studi Netnografi Kampanye #FreePalestine di Media Sosial

Wahyuddin<sup>1</sup>, Muhammad Farid<sup>2</sup>, Arianto<sup>3</sup>, Darmadi<sup>4</sup>, Iskandar<sup>5</sup>, Nurhakki<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin

<sup>5,6</sup> Institut Agama Islam Negeri Pare

<sup>1</sup>[wahyuddin23e@student.unhas.ac.id](mailto:wahyuddin23e@student.unhas.ac.id), <sup>2</sup>[muhammadfarid@unhas.ac.id](mailto:muhammadfarid@unhas.ac.id),

<sup>3</sup>[arianto@unhas.ac.id](mailto:arianto@unhas.ac.id), <sup>4</sup>[darmadi23e@student.unhas.ac.id](mailto:darmadi23e@student.unhas.ac.id), <sup>5</sup>[iskandar@iainpare.ac.id](mailto:iskandar@iainpare.ac.id)

Diterima 18 November 2024 / Disetujui 10 Desember 2024

### ABSTRACT

*The #FreePalestine digital campaign has become a prominent global solidarity movement on social media, yet its evolution across platforms remains underexplored. This study uses a netnography approach to map the dynamics of digital activism within the campaign. Data was collected from platforms like Twitter, TikTok, and YouTube between 28 June and 28 July 2024 using Brand24, which tracked mentions, user interactions, hashtag trends, and public sentiment. Findings revealed a significant increase in mentions and social media reach, with TikTok and YouTube playing key roles in expanding the campaign's influence. Social network analysis identified influential actors who facilitated information dissemination. The study highlights the collaborative role of cross-platform interactions in amplifying advocacy messages. This research provides insights into how different platforms synergize to support digital campaigns, offering practical strategies for activists and policymakers to design more impactful social media campaigns. By mapping social interactions and hashtag trends, it emphasizes the importance of leveraging platform-specific strengths to maximize campaign reach and engagement. The #FreePalestine movement illustrates the potential of cross-platform digital advocacy to create global awareness and foster solidarity through coordinated social media efforts.*

**Keywords:** Activism; Digital; #FreePalestine; Social Media; Netnography

### ABSTRAK

Kampanye digital #FreePalestine telah menjadi gerakan solidaritas global yang paling menonjol di media sosial, namun pemahaman tentang bagaimana kampanye ini berkembang di berbagai platform media sosial masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan dinamika aktivisme digital dalam kampanye #FreePalestine melalui pendekatan netnografi. Metode penelitian ini menggunakan netnografi, yang merupakan adaptasi dari etnografi untuk konteks digital, dengan mengumpulkan data dari berbagai platform media sosial seperti Twitter, TikTok, dan YouTube selama periode 28 Juni-28 Juli 2024. Data yang dikumpulkan melalui Brand24 mencakup mentions, interaksi pengguna, tren hashtag, dan sentimen publik. Temuan penelitian menunjukkan lonjakan signifikan dalam aktivitas mentions dan jangkauan sosial media terkait #FreePalestine, dengan TikTok dan YouTube sebagai platform utama yang memperluas jangkauan kampanye. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami peran lintas-platform dalam advokasi digital #freepalestine serta menawarkan wawasan praktis bagi para aktivis dan pembuat kebijakan dalam merancang kampanye yang lebih efektif dan komprehensif di media sosial. Signifikansi dari temuan ini terletak pada pemahaman baru mengenai peran kolaboratif berbagai platform media sosial dalam mendukung kampanye digital. Dengan memetakan interaksi sosial dan tren tagar, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana pesan advokasi dapat diperkuat melalui sinergi lintas platform.

**Kata Kunci:** Aktivitas; Digital; #FreePalestine; Media Sosial, Netnografi

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, menyampaikan pesan, dan melakukan advokasi. Fenomena yang mencolok dalam era digital ini munculnya gerakan sosial atau aktivisme digital yang memanfaatkan media sosial untuk menggalang dukungan, menyebarkan informasi, dan memobilisasi massa (Putraji, 2022; Rahmanillah, 2018). Media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram memungkinkan individu dari berbagai belahan dunia untuk terlibat dalam diskusi, berbagi konten, dan mengorganisir aksi solidaritas dengan cepat dan efektif (Kaslam, 2024; Nugroho, 2020). Seperti penggunaan tagar atau hashtag #FreePalestine mencerminkan dinamika komunikasi digital yang kompleks, di mana informasi dapat menyebar dengan cepat dan mendapatkan dukungan luas dari komunitas global. Namun, untuk memahami dampak dan efektivitas kampanye digital ini, diperlukan pendekatan metodologis yang dapat menangkap realitas interaksi sosial di dunia maya (Faradis, 2023; Mulyana & Retnasary, 2024).

Hashtag atau tagar #FreePalestine adalah salah satu contoh nyata dari gerakan sosial yang memperoleh daya tarik global melalui platform media sosial. Warga Palestina sendiri telah lama menggunakan media sosial sebagai alat aktivisme (Cervi & Divon, 2023). Hashtag ini telah menjadi simbol perjuangan dan solidaritas internasional terhadap rakyat Palestina dalam menghadapi konflik berkepanjangan dengan Israel di beberapa wilayahnya. #FreePalestine merupakan bentuk dukungan yang muncul dari kepedulian kemanusiaan yang tulus terhadap rakyat di Gaza Palestina (Donnini, 2024). Hashtag dan tagar yang digunakan tersebut telah berhasil menarik perhatian internasional melalui berbagai platform media sosial seperti Twitter, Instagram, dan Facebook dan sebagainya (Kunandar et al., 2024). Kampanye ini melibatkan berbagai aktor, termasuk individu, organisasi non-pemerintah, selebritas, dan politisi, yang secara aktif menggunakan hashtag ini untuk meningkatkan kesadaran global mengenai penderitaan rakyat Palestina. Melalui penyebaran informasi yang cepat dan luas, kampanye #FreePalestine telah mampu memobilisasi dukungan global dan menciptakan tekanan politik terhadap pemerintah dan lembaga internasional untuk mengambil tindakan lebih lanjut.

Penggunaan hashtag ini tidak hanya menjadi alat untuk menyebarkan informasi mengenai situasi Palestina, tetapi juga menjadi simbol perjuangan dan solidaritas internasional terhadap rakyat Palestina dalam menghadapi konflik berkepanjangan di wilayah tersebut. #FreePalestine telah digunakan oleh jutaan pengguna media sosial di seluruh dunia untuk menyuarakan dukungan mereka, berbagi berita dan informasi, serta mengorganisir berbagai aksi solidaritas. Ini tersebut sebagai bentuk aktivisme digital yang dapat dilakukan oleh pengguna media sosial dan sering kali dikaitkan dengan kata-kata viral seperti #FreePalestine (Adila et al., 2023). Laporan The New Arab pada 2021 menulis selama seminggu terakhir, platform media sosial dipenuhi dengan tagar seperti #freepalestine dan tagar yang berlawanan #standwithisrael. Menurut data dari RiteTag, tagar terakhir telah mengumpulkan 42 tweet unik per jam, 34,8 ribu paparan tagar per jam, dan 141 retweet per jam, sementara #freepalestine mengumpulkan 4.571 tweet unik per jam, 12,3 juta paparan tagar per jam, dan 6.679 retweet per jam selama 24 jam terakhir, yang menunjukkan laju tren ini yang substansial (Malli, 2021).

Kampanye #FreePalestine di media sosial juga memperlihatkan bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk membangun narasi alternatif yang sering kali tidak mendapatkan liputan yang adil di media arus utama. Aktivis dan pengguna media sosial telah menggunakan hashtag ini untuk menyajikan perspektif yang berbeda mengenai konflik Palestina-Israel, mengungkapkan realitas kehidupan sehari-hari di Palestina, dan mendokumentasikan pelanggaran hak asasi manusia yang terjadi (Luckhurst, 2021; Shankar et al., 2023). Dengan demikian, hashtag #FreePalestine tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang digital di mana cerita-cerita yang terpinggirkan dapat ditemukan dan disebarluaskan ke audiens global.

Kampanye digital #FreePalestine telah menjadi salah satu fenomena paling menonjol dalam aktivisme online, terutama melalui media sosial. Gerakan ini melibatkan jutaan pengguna di seluruh dunia yang menggunakan platform seperti Twitter, TikTok, dan YouTube untuk menyuarakan dukungan terhadap Palestina. Aktivisme digital ini melibatkan produksi dan distribusi konten yang luas, mencakup video, teks, hingga gambar yang menarik perhatian global. Dalam konteks ini, kajian mengenai bagaimana kampanye #FreePalestine menyebar di berbagai platform media sosial penting untuk memahami dinamika dan efektivitas gerakan advokasi modern.

Penelitian di bidang aktivisme digital menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun solidaritas global. Studi (Stewart & Schultze, 2019) mengeksplorasi peran dan bentuk solidaritas dalam gerakan sosial My Stealthy Freedom (MySF). Sementara studi (Sajir & Aouragh, 2019) menyoroti gerakan solidaritas untuk pengungsi. Meski begitu, studi yang mengkaji kampanye seperti #FreePalestine dari perspektif lintas-platform masih jarang ditemukan. Banyak kajian hanya terfokus pada platform tunggal seperti Twitter dan Tiktok, tanpa meninjau bagaimana kolaborasi berbagai platform ini memperluas jangkauan dan dampak advokasi digital. Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti peran media sosial dalam memfasilitasi kampanye-kampanye sosial (Argyris et al., 2023; Housley et al., 2018; Jason Titifanue et al., 2018; Namkoong et al., 2018), namun studi mendalam yang menghubungkan berbagai platform dalam kampanye sosial masih terbatas.

Kesenjangan utama dalam literatur adalah kurangnya studi yang menganalisis bagaimana platform media sosial yang berbeda, seperti Twitter, Tiktok, dan YouTube, saling melengkapi dalam mendukung kampanye #FreePalestine. Sebagian besar penelitian yang ada cenderung berfokus pada platform individu dan cenderung mengabaikan interaksi dinamis antar-platform dalam gerakan digital. Selain itu, meskipun banyak penelitian yang menyoroti peran media sosial dalam aktivisme, jarang ada yang secara komprehensif memetakan bagaimana mentions, tren tagar, dan jangkauan sosial media bekerja secara sinergis untuk menggerakkan kampanye ini.

Studi sebelumnya oleh (Cervi & Divon, 2023; Cervi & Marín-Lladó, 2022; Schoon & Bosch, 2023) cenderung fokus pada platform media sosial tertentu, seperti Tiktok dan Twitter. Studi-studi ini menggarisbawahi aspek performatif dari aktivisme, seperti tantangan (challenges) dan konten yang menghibur di Tiktok. Namun, penelitian ini belum sepenuhnya mengeksplorasi dinamika dan pola komunikasi digital yang terjadi di berbagai platform media sosial lainnya, seperti Twitter, Instagram, Facebook, Tiktok dan sebagainya. Ini menunjukkan perlunya analisis yang lebih luas dan komprehensif tentang bagaimana kampanye #FreePalestine berkembang di berbagai platform media sosial. Studi-studi sebelumnya juga menyoroti aspek performatif dari aktivisme di Tiktok, yang sering kali menekankan pada hiburan dan kreativitas dalam tantangan digital. Meskipun ini penting, ada kesenjangan yang signifikan dalam

pemahaman kita tentang berbagai bentuk aktivisme digital lainnya yang mungkin lebih substantif dan berdampak langsung pada kesadaran dan mobilisasi massa.

Penelitian terdahulu juga cenderung kurang menyoroti bagaimana interaksi antara pengguna media sosial dan sentimen yang berkembang dalam kampanye #FreePalestine. Pemahaman yang mendalam tentang pola interaksi, dialog, dan sentimen yang muncul sangat penting untuk mengevaluasi dampak kampanye ini terhadap opini publik. Penelitian kami akan mengisi kesenjangan ini dengan menganalisis interaksi dan sentimen pengguna media sosial secara mendalam untuk memahami bagaimana kampanye #FreePalestine mempengaruhi kesadaran dan solidaritas global (Anisa, 2023; Hidayat et al., 2024). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur akademik mengenai aktivisme digital dan penggunaan media sosial dalam gerakan sosial. Selain itu, studi ini dapat memberikan wawasan praktis bagi aktivis, organisasi non-pemerintah, dan pembuat kebijakan dalam merancang dan melaksanakan kampanye digital yang lebih efektif di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan dalam konteks akademis, tetapi juga memiliki implikasi praktis yang luas bagi upaya advokasi sosial di era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan dinamika aktivisme digital #FreePalestine dengan menganalisis volume mentions, jangkauan sosial dan non-sosial, serta keterlibatan pengguna di berbagai platform media sosial. Selain itu, penelitian ini akan mengeksplorasi tren hashtag dan platform mana yang paling berpengaruh dalam menyebarkan konten terkait kampanye ini. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan baru mengenai bagaimana interaksi antar-platform bekerja dalam menciptakan momentum bagi kampanye advokasi global. Argumen utama penelitian ini adalah bahwa aktivisme digital dalam kampanye #FreePalestine tidak hanya terjadi secara individual di masing-masing platform, tetapi merupakan hasil dari interaksi lintas-platform yang kompleks dan terkoordinasi. Pengguna media sosial tidak hanya menyebarkan konten di satu platform, tetapi secara aktif berpartisipasi dalam ekosistem media yang lebih luas, di mana setiap platform memainkan peran yang berbeda. Misalnya, TikTok berfungsi sebagai medium untuk konten viral yang cepat menyebar, sementara YouTube menawarkan konten yang lebih panjang dan mendalam. Interaksi

lintas-platform ini menciptakan efek sinergis yang memperkuat kampanye secara keseluruhan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode netnografi sebagai pendekatan kualitatif baru yang efektif untuk menganalisis aktivitas digital di media sosial. Netnografi atau etnografi internet yang merupakan adaptasi dari etnografi untuk lingkungan online, memungkinkan peneliti untuk mengamati, mengumpulkan, dan menganalisis data dari komunitas virtual dan platform media sosial (Addeo et al., 2019; Costello et al., 2017; Nascimento et al., 2022). Metode ini sangat relevan untuk memahami dinamika kampanye digital seperti #FreePalestine.

### **Pengumpulan Data**

Langkah pertama dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data besar (big data) menggunakan web aplikasi Brand24. Brand24 adalah alat pemantauan media sosial yang kuat, memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan data dari berbagai platform media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube serta News. (Alisya & Sholeha, 2024; Rahmalya et al., 2024). Pengumpulan data difokuskan pada tagar atau hashtag #FreePalestine, yang merupakan simbol utama dalam kampanye advokasi untuk Palestina. Dengan menggunakan Brand24, kami dapat mengakses volume besar data yang mencakup berbagai bentuk konten, seperti postingan, komentar, gambar, dan video yang terkait dengan hashtag tersebut.

Untuk mengumpulkan data besar (big data), kami menggunakan aplikasi Brand24, sebuah alat pemantauan media sosial yang canggih. Pamungkas dan Adnan (2023) menjelaskan bahwa Brand24 memungkinkan kami untuk melacak dan mengumpulkan berbagai bentuk konten dari media sosial, seperti postingan, komentar, gambar, dan video yang menggunakan hashtag #FreePalestine. Pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang interaksi dan aktivitas pengguna yang berpartisipasi dalam kampanye #FreePalestine.

Proses pengumpulan data dimulai dengan menetapkan parameter pencarian di Brand24 untuk memantau dan mengumpulkan semua mention, postingan, dan interaksi yang menggunakan hashtag #FreePalestine. Data yang terkumpul mencakup informasi mengenai waktu posting, jumlah interaksi (like, share, comment), sentimen (positif, negatif, netral), serta identifikasi pengguna atau aktor kunci yang sering menggunakan hashtag tersebut. Pengumpulan data dilakukan dalam periode waktu (28 Juni – 28 Juli 2024) atau selama 30 hari untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang dinamika kampanye #FreePalestine.

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut dengan pendekatan netnografi. Analisis ini melibatkan beberapa tahap, termasuk pengkodean data, identifikasi tema-tema utama, dan pemetaan interaksi sosial. Pengkodean data dilakukan untuk mengkategorikan berbagai jenis konten dan interaksi yang ditemukan dalam data besar. Misalnya, kami mengidentifikasi postingan yang bersifat informatif, postingan yang mengandung seruan untuk tindakan, serta postingan yang mengekspresikan solidaritas atau dukungan. Kami menganalisis hasilnya dengan menetapkan (ringkasan sebutan, profil publik paling aktif, tagar yang tren, situs paling berpengaruh, sebutan paling populer dan sebutan terbaru, konteks diskusi atau trend hastag, grafik jangkauan media sosial, grafik jangkauan non sosial media, grafik volume sebutan)

### **Analisis Data**

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut dengan pendekatan netnografi. Analisis ini dilakukan melalui beberapa tahap utama:

1. **Pengkodean Data:** Data yang telah dikumpulkan dikodekan untuk mengkategorikan berbagai jenis konten dan interaksi yang ditemukan. Misalnya, kami mengidentifikasi postingan yang bersifat informatif, seruan untuk tindakan, serta ekspresi solidaritas atau dukungan.
2. **Identifikasi Tema-tema Utama** Melalui analisis tematik, kami mengidentifikasi narasi dominan dan sub-narasi yang muncul dalam kampanye #FreePalestine. Ini termasuk tujuan utama kampanye, strategi komunikasi yang digunakan, serta respons dari audiens.

Identifikasi tema-tema utama dilakukan untuk memahami narasi dominan dan

sub-narasi yang muncul dalam kampanye #FreePalestine. Melalui analisis tema ini, kami dapat mengungkap berbagai aspek dari kampanye, seperti tujuan utama, strategi komunikasi, serta respons dari audiens. Pemetaan interaksi sosial juga dilakukan untuk melihat bagaimana pengguna media sosial berinteraksi satu sama lain dalam konteks kampanye ini. Kami menganalisis jaringan sosial yang terbentuk, mengidentifikasi aktor kunci yang memiliki pengaruh besar, serta memahami pola penyebaran informasi.

3. Pemetaan Interaksi Sosial: Kami menganalisis bagaimana pengguna media sosial berinteraksi satu sama lain dalam konteks kampanye ini. Ini melibatkan pemetaan jaringan sosial untuk mengidentifikasi aktor kunci yang memiliki pengaruh besar serta memahami pola penyebaran informasi.
4. Analisis Sentimen: Analisis sentimen digunakan untuk mengevaluasi bagaimana pengguna media sosial merespons kampanye #FreePalestine. Ini membantu kami memahami persepsi umum dan emosi yang terkait dengan kampanye ini, yang penting untuk mengevaluasi dampaknya terhadap opini publik. Analisis sentimen untuk mengevaluasi bagaimana pengguna media sosial merespons kampanye #FreePalestine. Analisis sentimen membantu kami memahami persepsi umum dan emosi yang terkait dengan kampanye ini, yang sangat penting untuk mengevaluasi dampak kampanye terhadap opini publik.

Melalui teknik big data melalui Brand24, penelitian ini dapat mengungkap dinamika kompleks dari kampanye #FreePalestine di berbagai platform media sosial. Metode ini tidak hanya memperluas pemahaman akademik tentang aktivisme digital tetapi juga menawarkan wawasan praktis bagi para aktivis, pembuat kebijakan, dan organisasi non-pemerintah dalam merancang strategi kampanye yang lebih efektif. Dengan menggabungkan kekuatan analisis netnografi dan big data, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi yang signifikan dalam studi komunikasi digital dan aktivisme sosial. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengembangkan strategi yang lebih baik untuk kampanye digital dan meningkatkan kesadaran serta dukungan global untuk isu-isu kemanusiaan seperti perjuangan rakyat Palestina.

Dengan kombinasi pendekatan netnografi dan analisis big data melalui Brand24, penelitian ini berusaha memberikan wawasan yang mendalam dan komprehensif



tentang kampanye #FreePalestine di media sosial. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam studi aktivisme digital serta menawarkan rekomendasi praktis bagi para aktivis dan organisasi yang terlibat dalam advokasi digital. Penelitian ini menggunakan metode netnografi sebagai pendekatan kualitatif baru yang efektif untuk menganalisis aktivitas digital di media sosial. Netnografi, yang merupakan adaptasi dari etnografi untuk lingkungan online, memungkinkan peneliti untuk mengamati, mengumpulkan, dan menganalisis data dari komunitas virtual dan platform media sosial. Metode ini sangat relevan untuk memahami dinamika kampanye digital seperti #FreePalestine.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

#### *Summary of Mentions*

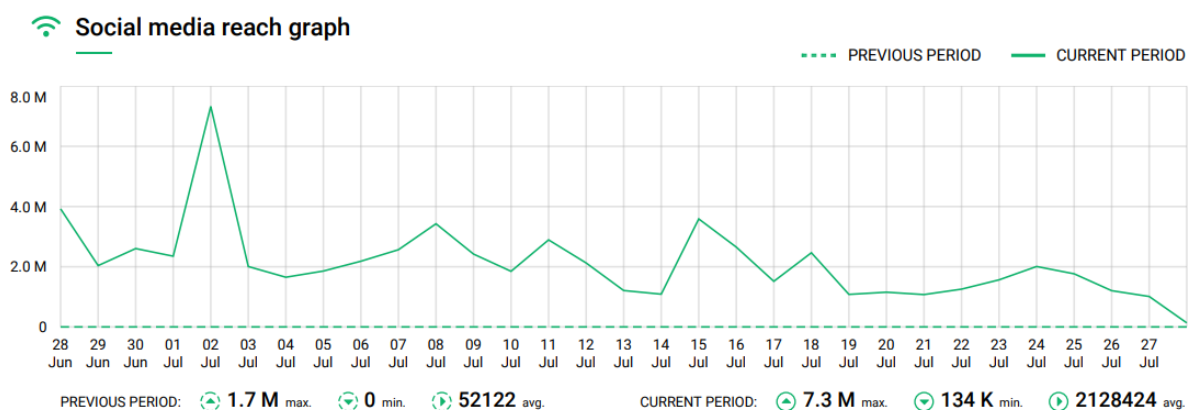


Gambar 1. Ringkasan Penyebutan Tagar #FreePalestine

Sumber: Olah Data Brand24 oleh Peneliti

Volume sebutan atau mentions terkait #FreePalestine mencapai 31.000 dalam 30 hari, dengan peningkatan yang sangat signifikan sebesar 3897% dibandingkan periode sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan lonjakan aktivitas dan perhatian yang besar terhadap isu ini selama periode tersebut. Sedangkan, sentimen terhadap tagar #freepalestina, yaitu 6693 mentions positive dan 2066 mentions negative.

#### *Social media reach graph*

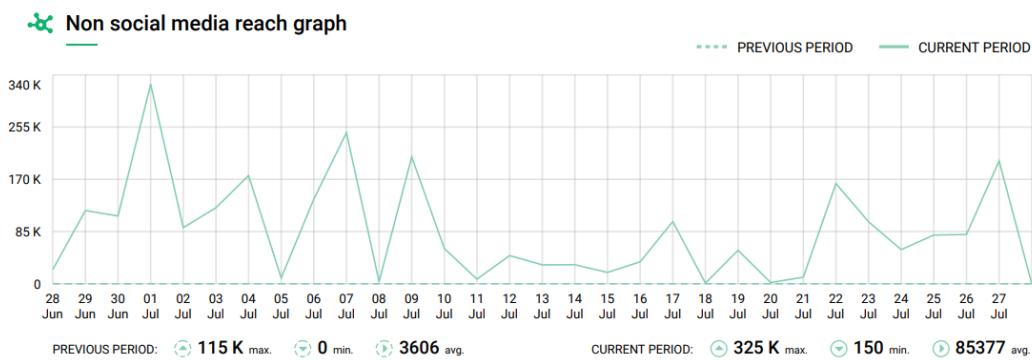


Grafik 1. Grafik jangkauan media sosial

Sumber: Olah Data Brand24 oleh Peneliti

Jangkauan sosial media terkait #FreePalestine selama periode tersebut mencapai 66 juta, meningkat drastis sebesar 3856%. Grafik jangkauan media sosial menunjukkan lonjakan tajam pada 7 Juli 2024, yang menandakan adanya peristiwa penting atau viral pada hari itu.

*Non social media reach graph*



Grafik 2. Grafik jangkauan non-media sosial

Sumber: Olah Data Brand24 oleh Peneliti

Jangkauan non-sosial media terkait isu ini juga meningkat menjadi 2,6 juta, dengan kenaikan 2194%. Hal ini menunjukkan bahwa selain media sosial, situs web berita, blog, dan forum juga memberikan kontribusi signifikan terhadap penyebaran informasi mengenai #FreePalestine.

*Most active public profiles*

	PROFILE	SOURCE	FOLLOWERS	MENTIONS
1	julien	📄	506 887	201
2	Yahia GOUASMI	▶	215 000	150
3	abdulahamodi	✕	134	141
4	Snowie Art	▶	29 700	117
5	Mehmeterke72137	✕	13	114
6	AI Cerita Kucing	▶	31 700	105
7	Aries Entertainment Podcast	▶	211 000	91
8	AYO DOLAN LOMBOK	▶	16 500	89
9	AaronJH	▶	7	85
10	KyanLy12298	✕	175	81
11	alexa_v74	🎵	164	73
12	Asif ali Official	▶	10 900	72
13	Muneeb latif Khan	▶	44 600	67
14	AlNazreen1	✕	48	66
15	madina1	▶	23 000	54
16	khaledpro164	🎵	140	53
17	095 Islamic2	▶	12 800	53
18	Toyib Story	▶	107 000	48
19	Save My Family from Gaza	▶	2720	47
20	Islamic Reminder	▶	88 600	47

Tabel 1. Profil publik paling aktif

Sumber: Olah Data Brand24

Profil yang paling aktif dalam menyebarkan konten terkait #FreePalestine adalah akun dengan nama "julien" yang memiliki 506.887 pengikut dengan 201 mentions, diikuti oleh "Yahia GOUASMI" dengan 215.000 pengikut dan 150 mentions. Hal ini menunjukkan beberapa individu atau entitas memiliki pengaruh besar dalam mendorong diskusi terkait isu ini di media sosial.

## 5. Trending Hastags

### # Trending hashtags

HASHTAG	MENTIONS
1 #freepalestine	30 529
2 #palestine	7473
3 #shorts	6686
4 #viral	5675
5 #gaza	5030
6 #islam	4697
7 #fyp	3739
8 #youtubeshorts	3601
9 #shortvideo	3138
10 #savepalestine	3081
11 #israel	2514
12 #alleysonrafah	2193
13 #foryou	1977
14 #trending	1877
15 #freegaza	1753
16 #palestina	1371
17 #foryoupage	1228
18 #muslim	1204
19 #palestinewillbefree	1149
20 #love	1127

Tabel 2. Hashtag yang sedang tren

Sumber: Olah Data Brand24

Tagar yang paling sering digunakan dalam diskusi terkait adalah #freepalestine (30.529 mentions), #palestine (7.473 mentions), dan #gaza (5.030 mentions). Tagar ini konsisten dengan sentimen pro-Palestina yang kuat, di mana pengguna media sosial menggunakan berbagai variasi tagar untuk menyuarakan dukungan mereka.

## Discussion Context

### Context of discussion

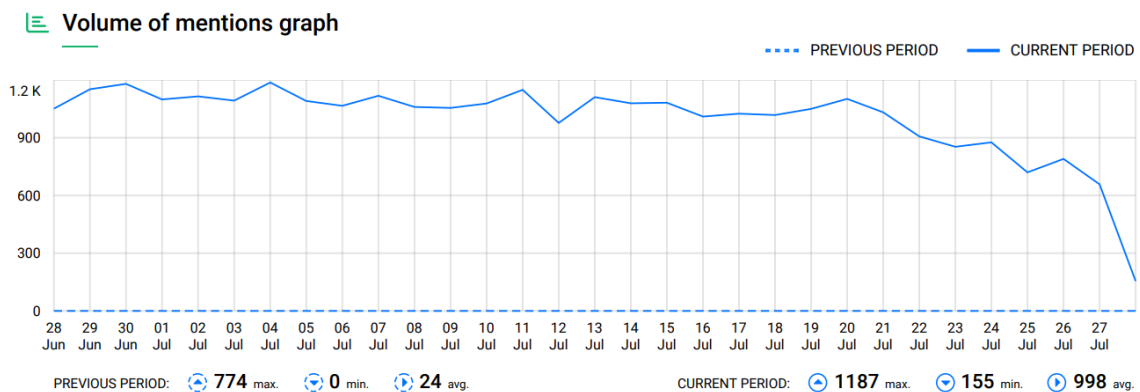
#youtube #freepalestine #freepalestin #muslimah #allah jashn #alleysonrafah free #youtubeshorts #islamicshorts allah #freegaza #roblox video stand #viral #shortsvideo #subscribe palestina aya #islamic #islam #trendingshorts #art #short #motivation flag #ytshorts rasool amad #countryballs #pakistan #freedomforpalestine #fyp israel #gazaunderrattack country #duet #savepalestine #foryou #muslim #prayforpalestine qadri viral #islamicstatus #love #CapCut #palestina subscribe #quran #justiceforpalestine #gaza #funny pray support #news #shortvideo #islamicvideo #edit palestine farhan #shortsviral #usa #shorts #palestine share #GazaGenocide #indonesia #shortfeed noor #Jerusalem short instagram #shortsfeed rafah save #israel #savegaza #boycottisrael #fypシ #palestinewillbefree wala ali #rafah #explore #palestinian gaza #trending #foryoupage islamic #freepalastine #ramadan #video #ceasefirenow فلسطين good #music #memes #viralvideo shorts

Gambar 2. Konteks Pembahasan Tagar

Sumber: Olah Data Brand24 oleh Peneliti

Percakapan yang terkait dengan #FreePalestine mencakup berbagai topik mulai dari agama hingga dukungan politik. Penggunaan tagar seperti #gaza, #savepalestine dan #alleysonrafah mengindikasikan diskusi seputar kondisi kemanusiaan di Gaza dan protes terhadap tindakan Israel. Tren ini berlanjut dengan munculnya tagar viral lainnya seperti #savepalestine, #islam, #shorts, #freegaza #muslim, #fyp dan juga #short, yang mengindikasikan bahwa konten pendek memiliki peran dalam menyebarkan isu tersebut.

### Volume of mentions graph

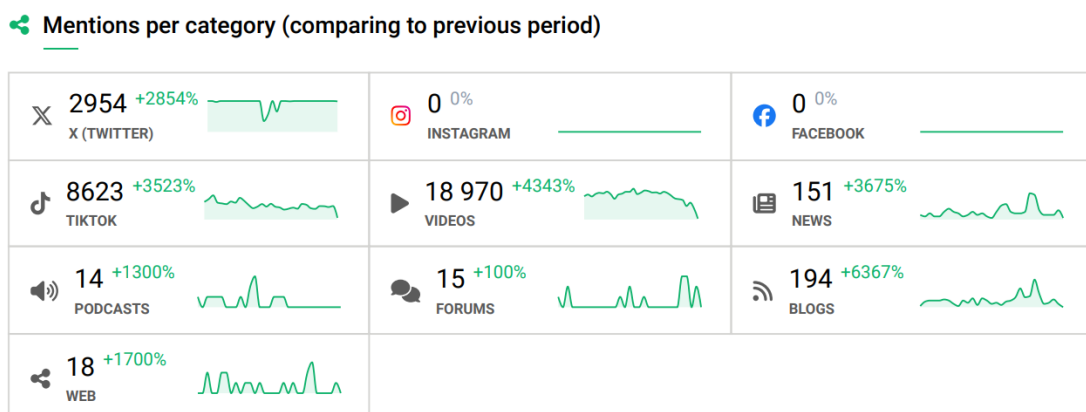


Grafik 3. Volume grafik penyebutan

Sumber: Olah Data Brand24

Grafik volume mention menunjukkan puncak aktivitas pada tanggal 4 Juli 2024 dengan 1187 mention pada hari itu. Hal ini mengindikasikan adanya peristiwa penting yang menyebabkan lonjakan diskusi, kemungkinan besar terkait dengan perkembangan baru di lapangan mengenai konflik Palestina-Israel.

### Mentions per category (comparing to previous period)



Gambar 3. Sebutan per kategori (dibandingkan dengan periode sebelumnya)

Sumber: Olah Data Brand24

Hasil analisis dari *Mentions per category* menunjukkan peningkatan signifikan dalam setiap kategori media terkait #FreePalestine dibandingkan periode sebelumnya. Di platform X (Twitter), terdapat 2.954 mentions, meningkat sebesar +2854%. Peningkatan ini menandakan lonjakan besar dalam diskusi di platform tersebut, kemungkinan dipicu oleh peristiwa atau kampanye yang mendapat perhatian publik. Sementara itu, TikTok mengalami peningkatan yang lebih mencolok, dengan 8.623 mentions dan lonjakan sebesar +3523%, menunjukkan bahwa konten video pendek di platform ini sangat efektif dalam menyebarkan isu #FreePalestine kepada khalayak yang lebih muda.

YouTube menjadi salah satu platform yang paling dominan, dengan 18.970 mentions dan peningkatan sebesar +4343%, menandakan bahwa konten video panjang atau dokumenter lebih banyak digunakan untuk memberikan informasi mendalam terkait situasi di Palestina. Situs berita atau *news outlets* juga turut mengalami peningkatan aktivitas, dengan 151 mentions dan kenaikan sebesar +3675% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa media arus utama semakin tertarik meliput isu ini, membawa narasi #FreePalestine ke audiens yang lebih luas.

Kategori lain seperti podcast, forum, dan blog juga menunjukkan peningkatan signifikan. Podcast mencatat 14 mentions dengan peningkatan +1300%, sementara forum memiliki 15 mentions dengan kenaikan +100%. Blog, dengan 194 mentions, menunjukkan peningkatan tertinggi sebesar +6367%. Hal ini mengindikasikan bahwa diskusi lebih mendalam tentang #FreePalestine juga berlangsung di platform yang lebih niche, seperti podcast dan blog, di mana diskusi seringkali lebih analitis dan informatif. Secara keseluruhan, kategori mentions di media non-sosial menunjukkan 305 mentions dengan peningkatan +1700%, yang menunjukkan bahwa diskusi tidak terbatas pada media sosial, tetapi juga menyebar ke media independen dan situs berita. Peningkatan di berbagai platform ini menggambarkan luasnya jangkauan kampanye #FreePalestine dan bagaimana perbincangan ini berkembang secara dinamis di berbagai media, baik sosial maupun non-sosial.

## Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan dinamika kampanye digital #FreePalestine dan memberikan kontribusi pada literatur yang masih minim dalam mengkaji interaksi lintas platform media sosial. Temuan dari penelitian ini menegaskan bahwa kampanye advokasi digital tidak hanya terjadi pada platform media sosial tertentu, tetapi melibatkan integrasi dari berbagai platform seperti Twitter, TikTok, dan YouTube. Ini mendukung argumen bahwa media sosial berperan penting dalam membangun solidaritas global, sebagaimana telah diungkapkan oleh Stewart & Schultze (2019) dan Sajir & Aouragh (2019) dalam studi mereka tentang gerakan solidaritas. Namun penelitian kami memperluas temuan tersebut dengan menyoroti bagaimana kombinasi dari berbagai platform media sosial dapat memperkuat aktivisme digital di media.

Studi ini menemukan bahwa platform TikTok dan YouTube memainkan peran yang sangat penting dalam menyebarkan kampanye #FreePalestine. Lonjakan mentions di TikTok menunjukkan bahwa konten berbasis video pendek berfungsi sebagai alat yang sangat efektif dalam menarik perhatian khalayak luas dan memobilisasi massa. Hal ini konsisten dengan temuan Cervi & Divon (2023), yang menggarisbawahi aspek performatif dari aktivisme di TikTok, namun penelitian ini melangkah lebih jauh dengan menyoroti bahwa platform seperti YouTube, dengan konten yang lebih panjang dan mendalam, juga berfungsi untuk memperkuat narasi kampanye. Sinergi ini menciptakan jaringan komunikasi yang kuat dan memungkinkan gerakan #FreePalestine menjangkau audiens yang lebih luas dan komperhensif.

Salah satu pemahaman yang signifikan dalam literatur sebelumnya adalah kurangnya kajian yang menghubungkan berbagai platform media sosial dalam mendukung gerakan advokasi (Cervi & Marín-Lladó, 2022; Schoon & Bosch, 2023). Penelitian ini melengkapi kesenjangan tersebut dengan menunjukkan bahwa interaksi antar platform sangat penting dalam meningkatkan jangkauan kampanye. Misalnya, Twitter berfungsi sebagai platform yang sangat efektif dalam membangun narasi cepat melalui tagar viral seperti #FreePalestine, sedangkan TikTok memperluas pesan melalui konten visual yang mudah diakses dan di-share. Platform YouTube, di sisi lain, memungkinkan pembuatan konten yang lebih mendalam dan informatif.

Penelitian ini juga menemukan bahwa aktor kunci di media sosial berperan sebagai penggerak utama kampanye. Aktor-aktor ini menggunakan berbagai platform secara bersamaan untuk mempromosikan kampanye pesan, menunjukkan bahwa kolaborasi lintas platform tidak hanya terjadi pada level konten, tetapi juga pada level individu dan komunitas. Temuan ini menambah pemahaman tentang bagaimana solidaritas global dapat terwujud melalui media sosial, di mana setiap platform berkontribusi dengan cara yang berbeda namun saling melengkapi. Meskipun penelitian sebelumnya oleh (Argyris et al., 2023) dan (Namkoong et al., 2018) menyoroti peran media sosial dalam memfasilitasi kampanye sosial, penelitian ini memberikan wawasan lebih mendalam tentang interaksi dinamis antar-platform dan peran aktor publik dalam memobilisasi dukungan massa. Interaksi yang dinamis ini menegaskan bahwa untuk memahami dampak penuh dari kampanye advokasi digital, kita tidak dapat hanya memusatkan perhatian pada satu platform, melainkan harus melihat bagaimana kolaborasi antar-platform dapat memperkuat narasi dan memobilisasi audiens global.

Meskipun sinergi antar platform terbukti efektif, terdapat juga keterbatasan dalam penelitian ini. Penggunaan alat pemantauan media sosial seperti Brand24 hanya memungkinkan pengamatan terhadap konten publik, sehingga potensi interaksi non-publik yang mungkin berdampak signifikan terhadap kampanye tidak tercakup dalam analisis ini. Selain itu, penelitian ini juga tidak sepenuhnya mengeksplorasi peran platform lain seperti Instagram, Youtube, Tiktok dan Facebook. Penelitian ini memberikan kontribusi penting pada literatur tentang aktivisme digital dengan pemetaan bagaimana kampanye #FreePalestine berkembang di berbagai platform media sosial. Kajian ini menekankan pentingnya pendekatan lintas platform dalam kampanye digital dan menawarkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif untuk membangun solidaritas global dan mendukung advokasi sosial. Meskipun penelitian ini telah menganalisis berbagai platform seperti Twitter, TikTok, dan YouTube, terdapat platform lain yang juga penting dalam menyebarkan pesan kampanye #FreePalestine, seperti Instagram dan Facebook, yang tidak fokus dalam analisis mendalam. Penelitian masa depan perlu mengeksplorasi peran platform lain serta memperluas analisis terhadap interaksi non-publik yang tidak terjangkau oleh alat analisis seperti Brand24.

## SIMPULAN

Isu utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah kurangnya pemahaman tentang dinamika lintas platform dalam kampanye digital #FreePalestine, yang telah berkembang menjadi salah satu gerakan advokasi global terbesar di media sosial. Berdasarkan data yang dikumpulkan dari Brand24, temuan penelitian menunjukkan bahwa volume penyebutan dan jangkauan kampanye mengalami peningkatan yang signifikan selama periode penelitian, dengan TikTok dan YouTube menjadi platform utama dalam memperluas jangkauan pesan kampanye. Analisis sentimen juga menunjukkan bahwa reaksi terhadap kampanye ini sebagian besar positif, dengan keterlibatan yang intens dari para aktor kunci yang mendorong diskusi dan berbagi informasi. Signifikansi dari temuan ini terletak pada pemahaman baru mengenai peran kolaboratif berbagai platform media sosial dalam mendukung kampanye digital. Dengan memetakan interaksi sosial dan tren tagar, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana pesan advokasi dapat diperkuat melalui sinergi lintas platform. Meskipun penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam studi komunikasi digital, kelemahan utama terletak pada keterbatasan dalam menganalisis konten non-publik yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh Brand24. Penelitian di masa depan perlu menggali lebih dalam tentang interaksi non-publik serta mengeksplorasi dampak jangka panjang dari kampanye ini terhadap opini publik dan kebijakan politik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Addeo, F., Delli Paoli, A., Esposito, M., & Ylenia Bolcato, M. (2019). Doing Social Research on Online Communities: The Benefits of Netnography. *Athens Journal of Social Sciences*, 7(1), 9–38. <https://doi.org/10.30958/ajss.7-1-1>
- Adila, I., Santanasya, N. E., Desra, A., Arif, M., Ajeng, L., & Firdaus, E. (2023). Twitter Discourse: The Necessary Melding of Ethics and Digital Activism. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 219–236.
- Alisyah, N., & Sholeha, H. (2024). Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Analisis Media Monitoring Brand Facetology pada Bulan Maret - April 2024 Menggunakan Analisis Tools Brand24 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(5), 537–546.
- Anisa, N. (2023). Komunikasi Budaya dan Transformasi Opini Publik: Studi Kasus Hastag #FreePalestine. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 14, 111–125.
- Argyris, Y. A., Nelson, V. R., Wiseley, K., Shen, R., & Roscizewski, A. (2023). Do



- social media campaigns foster vaccination adherence? A systematic review of prior intervention-based campaigns on social media. *Telematics and Informatics*, 76, 101918. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101918>
- Cervi, L., & Divon, T. (2023). Playful Activism: Memetic Performances of Palestinian Resistance in TikTok #Challenges. *Social Media + Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231157607>
- Cervi, L., & Marín-Lladó, C. (2022). Freepalestine on TikTok: from performative activism to (meaningful) playful activism. *Journal of International and Intercultural Communication*, 15(4), 414–434. <https://doi.org/10.1080/17513057.2022.2131883>
- Costello, L., McDermott, M.-L., & Wallace, R. (2017). Netnography. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 160940691770064. <https://doi.org/10.1177/1609406917700647>
- Donnini, E. A. (2024). What a “Free” Palestine would mean. *Quadrant*, 68(7/8), 44–48.
- Faradis, N. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional*, 643–652.
- Hidayat, I. S., Wulandari, T. A., Adilla, M., & ... (2024). Analisis Jejaring Sosial Terhadap Keberhasilan Kampanye 'Don't Know?', Kasih No!' oleh Bank Central Asia. *Digital Transformation ...*, 4(1), 147–156.
- Housley, W., Webb, H., Williams, M., Procter, R., Edwards, A., Jirotko, M., Burnap, P., Stahl, B. C., Rana, O., & Williams, M. (2018). Interaction and Transformation on Social Media: The Case of Twitter Campaigns. *Social Media + Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117750721>
- Jason Titifanue, Tarai, J., Romitesh Kant, & Finau, G. (2018). PDF iconDownload This Paper Open PDF in Browser Add Paper to My Library Share: From Social Networking to Activism: The Role of Social Media in the Free West Papua Campaign. *Pacific Studies Journal*, 39(3), 255–280.
- Kaslam. (2024). Solidaritas Global: Gerakan Kemanusiaan Untuk Palestina Di Indonesia. In *Jurnal Ushuluddin* (Vol. 26, Issue 1).
- Kunandar, A. Y., Ahmad, A., Mas'udah, D., Fitrianti, E. A., Ulumuddin, I., Romli, N. A., Nurhidaya, Islami, P. Y. N., Rihartono, S., Yazid, T., & Wijayanti, Y. T. (2024). *Digital Disturbia: Hiruk - Pikuk Digitalisasi Komunikasi*. Penerbit Galuh Patria.
- Luckhurst, T. (2021). *TikTok: How Israeli-Palestinian conflict plays out on social media*. BBCNews.Com.
- Malli, R. (2021). *#FreePalestine: How Palestinian solidarity won the internet*. The New Arab.
- Mulyana, A. P. F., & Retnasary, M. (2024). Kampanye Digital Pada Instagram @hendrabrudy Melalui Lagu Anti Bullying dalam Pencegahan Bullying. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11155–11164.

<https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11651>

- Namkoong, K., Nah, S., Van Stee, S. K., & Record, R. A. (2018). Social Media Campaign Effects: Moderating Role of Social Capital in an Anti-Smoking Campaign. *Health Communication*, 33(3), 274–283. <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1258616>
- Nascimento, T., Suarez, M. C., & Campos, R. D. (2022). An integrative review on online ethnography methods: differentiating theoretical bases, potentialities and limitations. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 25(4), 492–510. <https://doi.org/10.1108/QMR-07-2021-0086>
- Nugroho, C. (2020). *Masyarakat Cyber: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Media Prenada.
- Pamungkas, R. A., & Adnan, M. (2023). Citra Politik Kandidat Walikota Semarang dalam Instagram: Analisis Dramaturgi pada Pilwakot Semarang 2020. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 8(2), 77–86. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i2.2899>
- Putraji, Z. I. (2022). Aktivisme Twitter: crowdsourcing melalui tagar #100jutamaskerchallenge. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(4), 303–319. <https://doi.org/10.25139/jkp.v6i4.4521>
- Rahmalya, A., Hafiar, H., & Priyatna, C. C. (2024). Analisis Brand Asics melalui Tiktok dan X dengan Sosial Media Monitoring menggunakan Brand24. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(4), 1–10.
- Rahmanillah, A. R. (2018). New Public Sphere dan Perkembangan Teknologi Media Sosial di Kawasan MENA (Middle East and North Africa): Studi Kasus Peranan Media Internasional terhadap Pembentukan Social Networking dalam Egyptian Revolution. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(5), 597–622. <https://doi.org/10.47313/ppl.v3i5.399>
- Sajir, Z., & Aouragh, M. (2019). Solidarity, social media, and the “refugee crisis”: Engagement beyond affect. *International Journal of Communication*, 13, 550–577.
- Schoon, A., & Bosch, T. (2023). TikTok and memetic activism against racism in South Africa. *Information, Communication & Society*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2023.2295356>
- Shankar, P., Dixit, P., & Siddiqui, U. (2023). *Are social media giants censoring pro-Palestine voices amid Israel’s war?* Aljazeera.Com.
- Stewart, M., & Schultze, U. (2019). Producing solidarity in social media activism: The case of My Stealthy Freedom. *Information and Organization*, 29(3), 100251. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2019.04.003>