

**Analisis Linguistik pada Komentar Warganet di YouTube dalam Konteks
Pemboikotan *Hogwarts Legacy***

Zaki Rizki Ahdani Buchari¹, Haidar Buldan Thontowi²

^{1,2}Fakultas Psikologi UGM

Abstrak

Fenomena pemboikotan *Hogwarts Legacy* menjadi sorotan global karena melibatkan isu representasi gender, identitas komunitas, dan kontroversi yang berkaitan dengan J.K. Rowling. Meskipun gerakan boikot terjadi, penjualan *game* tetap menunjukkan angka yang tinggi sehingga hal ini menarik untuk dikaji, khususnya berkaitan dengan bagaimana opini publik terbentuk di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan komponen kognitif dan afektif pada komentar warganet YouTube dalam menanggapi isu pemboikotan tersebut. Sumber data sekunder sejumlah 5.752 komentar publik berbahasa Inggris diambil dari 48 video YouTube terkait *Hogwarts Legacy* (39 video anti-boikot, 9 pro-boikot) dengan total 4.405 komentar anti-boikot dan 1.347 komentar pro-boikot. Data dianalisis menggunakan Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC-22) dan uji beda Mann-Whitey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok pro-boikot lebih banyak mengekspresikan proses kognitif reflektif dan argumentatif, serta cenderung mengekspresikan emosi negatif, seperti marah dan sedih. Sebaliknya, kelompok anti-boikot lebih menonjolkan ekspresi afektif berupa umpatan. Temuan ini menegaskan bahwa opini publik daring terbentuk melalui interaksi kognisi dan afeksi, serta bahasa di media sosial berfungsi sebagai ekspresi emosi, deklarasi identitas moral, dan solidaritas kelompok. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan psikologi sosial dan digital dengan memperlihatkan bagaimana bahasa di ruang daring mencerminkan dinamika psikologis masyarakat dalam menghadapi isu kontroversial.

Kata kunci: *respon psikologis, boikot, YouTube, LIWC-22, opini publik*

Abstract

The boycott of *Hogwarts Legacy* gained global attention due to issues of gender representation, community identity, and the controversy surrounding J.K. Rowling. Despite the boycott movement, game sales remained high, raising questions about how public opinion is shaped in digital spaces. This study aims to analyze differences in cognitive and affective components expressed in YouTube comments

related to the boycott. The participants consisted of 5,752 public English-language comments collected from 48 YouTube videos (39 anti-boycott, 9 pro-boycott), comprising 4,405 anti-boycott and 1,347 pro-boycott comments. Data were analyzed using Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC-22) and the Mann-Whitney test. The findings indicate that pro-boycott comments demonstrated more reflective and argumentative cognitive processes, alongside stronger expressions of negative emotions such as anger and sadness. In contrast, anti-boycott comments were characterized by the use of swear words. These results highlight that online public opinion emerges from the interaction of cognition and affect, functioning not only as individual emotional expressions but also as declarations of moral identity and collective solidarity. This study contributes to the development of social and digital psychology research by illustrating how language in online discourse reflects the psychological dynamics of society in addressing controversial issues.

Keywords: psychological response, boycott, YouTube, LIWC-22, public opinion