

ABSTRAK

Saat ini berita boikot McD yang disebabkan oleh konflik Israel-Palestina sedang menarik perhatian masyarakat pada media sosial X. Berita ini terjadi karena masyarakat muslim di Indonesia melakukan boikot terhadap Mc Donald's Indonesia. Terpaan berita dapat mempengaruhi reputasi suatu perusahaan baik secara positif maupun negatif. Reputasi penting karena berpengaruh pada loyalitas *stakeholder*. Penelitian ini menguji pengaruh terpaan twit boikot McD terkait konflik Israel-Palestina terhadap reputasi Mc Donalds Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan twit boikot McD terkait konflik Israel-Palestina terhadap reputasi Mc Donalds Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan survey atau kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling sebanyak 107 responden yang merupakan pembaca berita boikot McD pada aplikasi X. Berdasarkan hasil penelitian pada uji normalitas, penelitian ini berdistribusi normal. Pada uji hipotesis secara parsial (uji t) penelitian ini terdapat pengaruh terpaan twit boikot McD secara signifikan terhadap reputasi Mc Donald's Indonesia dengan nilai sebesar 72,9%. Sedangkan sisanya 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci: *Pengguna X, Reputasi Mc Donalds, Terpaan twit boikot*