

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena tidak semua konten pada akun TikTok @teuku.kemal.fasya memperoleh tingkat viralitas yang sama, sehingga diperlukan kajian mengenai strategi konten yang diterapkan serta faktor-faktor yang memengaruhi viralitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten TikTok yang digunakan oleh akun @teuku.kemal.fasya dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi viralitas kontennya. Penelitian dilakukan pada akun TikTok @teuku.kemal.fasya dengan menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Landasan teoritik yang digunakan adalah Teori Viralitas Jonah Berger (2013) melalui konsep STEPPS (*Social Currency, Triggers, Emotion, Public, Practical Value, dan Stories*). Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan informan kunci, serta dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten yang diterapkan meliputi orientasi edukatif, adaptasi terhadap isu-isu aktual, proses produksi yang sederhana, penyajian visual yang autentik, distribusi konten berdasarkan pengalaman waktu unggah, serta evaluasi melalui respons audiens. Faktor-faktor yang memengaruhi viralitas konten meliputi aktualitas isu, kedekatan dengan kehidupan masyarakat, nilai informasi, unsur emosi, penyampaian dalam bentuk cerita, serta penyebaran melalui fitur share dan repost. Penelitian ini menyimpulkan bahwa viralitas konten akademisi di TikTok dipengaruhi oleh strategi konten yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan didukung oleh unsur-unsur STEPPS, khususnya *Triggers, Practical Value, Emotion, dan Stories*.

Kata kunci: Akademisi, STEPPS, Strategi Konten, TikTok, Viralitas.

ABSTRACT

This study was motivated by the phenomenon that not all content uploaded on the TikTok account @teuku.kemal.fasya achieves the same level of virality, making it necessary to examine the content strategies employed and the factors influencing content virality. This study aims to analyze the TikTok content strategy implemented by the @teuku.kemal.fasya account and to identify the factors influencing the virality of its content. The research was conducted on the TikTok account @teuku.kemal.fasya using a descriptive qualitative approach. The theoretical framework was based on Jonah Berger's (2013) Theory of Virality through the STEPPS model (Social Currency, Triggers, Emotion, Public, Practical Value, and Stories). Data were collected through observation, in-depth interviews with the key informant, and documentation, and were analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the content strategy consists of an educational orientation, adaptation to current issues, a simple production process, authentic visual presentation, content distribution based on optimal posting time, and evaluation through audience responses. The factors influencing content virality include the timeliness of issues, relevance to the community, practical value, emotional appeal, storytelling, and content dissemination through the share and repost features. The study concludes that the virality of academic content on TikTok is influenced by content strategies that are relevant to public needs and supported by the dominant STEPPS elements, particularly Triggers, Practical Value, Emotion, and Stories.

Keywords: Academic, Content Strategy, STEPPS, TikTok, Virality.