

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat, khususnya dalam penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi ruang bagi masyarakat untuk berbagi informasi, mengekspresikan diri, hingga membentuk opini publik. Kemajuan internet yang semakin mudah diakses membuat media sosial menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama generasi muda. Perkembangan ini menunjukkan bahwa teknologi digital telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat menjadi lebih cepat, terbuka, dan interaktif melalui berbagai platform media sosial (Alfisyahri & Eddoyono, 2024).

Dalam perkembangan media sosial yang semakin dinamis, berbagai platform baru terus bermunculan dengan karakteristik dan fitur yang berbeda. Salah satu platform yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok. TikTok adalah sebuah aplikasi sinkron bibir (*lip-sync*) dirilis secara perdana pada bulan September 2016 melalui *PlayStore* dan *AppStore*, kemudian memasuki Indonesia pada September 2017. Media sosial berbasis video musik ini diluncurkan oleh Zhang Yimning, alumni dari Universitas Nankai lulusan software engineer. Ia juga memiliki perusahaan teknologi yang bernama “*ByteDance*”, perusahaan induk dari TikTok. Media sosial berbasis video musik berdurasi pendek ini dapat digunakan para pengguna untuk membuat, mengedit, dan berbagi klip

video pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung (Nashfati, 2023).

TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi ruang baru bagi pengguna untuk mengekspresikan kreativitas, menyampaikan pesan, bahkan membangun identitas diri di ruang digital. Konten yang dihasilkan di platform ini sangat beragam, mulai dari hiburan, edukasi, promosi produk, hingga kampanye sosial. Fenomena konten viral juga menjadi salah satu karakteristik utama dalam platform TikTok, di mana sebuah video dapat dengan cepat menyebar luas dan ditonton oleh jutaan pengguna dalam waktu singkat. Konten yang viral seringkali memunculkan figur baru yang dikenal sebagai content creator atau seleb TikTok (selebTok), yaitu individu yang memiliki banyak pengikut dan mampu mempengaruhi audiens melalui konten yang mereka buat (Pramita, 2024).

Salah satu fitur penting dalam TikTok yang berperan dalam penyebaran konten adalah sistem algoritma yang menampilkan video pada halaman *For You Page (FYP)*. *FYP* merupakan halaman utama yang menampilkan berbagai rekomendasi video kepada pengguna berdasarkan interaksi, minat, serta pola penggunaan aplikasi. Melalui sistem algoritma ini, sebuah konten memiliki peluang untuk menjadi viral apabila mampu menarik perhatian pengguna dalam waktu singkat. Oleh karena itu, banyak content creator berusaha memahami strategi tertentu agar konten yang mereka buat dapat masuk ke *FYP* dan menjangkau audiens yang lebih luas. Strategi tersebut dapat berupa penggunaan konsep konten yang menarik, pemilihan musik atau tren yang sedang populer, serta teknik penyampaian pesan yang mampu memicu interaksi pengguna (Maulida & Vahista, 2026).

Tingkat keberhasilan suatu konten di TikTok juga dapat dilihat dari tingkat *engagement* atau keterlibatan audiens, seperti jumlah *like*, komentar, dan *share* yang diperoleh. Interaksi tersebut menunjukkan seberapa besar respon audiens terhadap konten yang disajikan oleh seorang content creator. Semakin tinggi tingkat interaksi yang diperoleh, maka semakin besar pula peluang konten tersebut untuk mendapatkan jangkauan yang lebih luas di platform TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pembuatan konten memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan sebuah konten di media sosial, khususnya dalam menarik perhatian audiens dan membangun interaksi yang berkelanjutan.

Menariknya fenomena viralitas di TikTok tidak hanya terjadi pada akun milik influencer, selebriti digital, maupun akun bisnis. Dalam beberapa tahun terakhir, sejumlah akademisi juga mulai memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi publik untuk menyampaikan informasi, edukasi, serta berbagai isu yang berkaitan dengan kehidupan sosial masyarakat. Kehadiran akademisi di TikTok menunjukkan bahwa platform ini tidak lagi hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang penyebaran pengetahuan kepada masyarakat luas. Fenomena ini menjadi menarik karena konten yang berasal dari kalangan akademisi mampu memperoleh perhatian dan interaksi yang tinggi di tengah dominasi konten hiburan pada platform tersebut.

Salah satu akun TikTok yang menarik perhatian adalah akun @teuku.kemal.fasya. Pemilik akun ini adalah Teuku Kemal Fasya yang dikenal sebagai seorang dosen pada Program Studi Antropologi serta menjabat sebagai Kepala UPT Bahasa, Kehumasan, dan Penerbitan di Universitas Malikussaleh. Sebagai seorang akademisi, beliau aktif menjalankan berbagai kegiatan pendidikan,

penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Selain beraktivitas di lingkungan akademik, beliau juga memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana untuk berbagi berbagai kegiatan dan pandangan kepada publik melalui akun tersebut (wawancara awal dengan pak kemal).

Beliau mulai aktif menggunakan TikTok sejak September 2023. Keterlibatan beliau di platform tersebut juga berkaitan dengan perannya sebagai Kepala UPT Bahasa, Kehumasan, dan Penerbitan yang memiliki tanggung jawab dalam kegiatan publikasi dan promosi perguruan tinggi. Melalui media sosial, tidak hanya Facebook dan Instagram, tetapi juga TikTok dimanfaatkan sebagai media untuk menyebarkan informasi serta mendukung kegiatan kampanye dan promosi yang dilakukan oleh humas perguruan tinggi (wawancara awal dengan pak kemal).

Konten yang diunggah pada akun TikTok @teuku.kemal.fasya menampilkan beragam aktivitas yang berkaitan dengan kehidupan sosial, akademik, dan masyarakat. Konten tersebut mencakup kegiatan sosial dan kemanusiaan, aktivitas di lingkungan kampus, interaksi dengan mahasiswa, kegiatan komunitas, pengalaman kuliner, serta dokumentasi berbagai peristiwa yang terjadi di masyarakat seperti kebakaran, banjir, kondisi infrastruktur, dan isu-isu publik di Aceh. Dengan demikian, akun tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana dokumentasi aktivitas pribadi, tetapi juga sebagai media penyampaian informasi kepada Masyarakat (observasi awal pada akun TikTok @teuku.kemal.fasya).

Konten yang disajikan umumnya mengangkat peristiwa aktual yang dekat dengan kehidupan masyarakat dan dikemas dengan penyampaian yang sederhana serta mudah dipahami. Karakteristik tersebut membuat informasi yang disampaikan

lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan pengguna TikTok. Selain menarik perhatian audiens, konten-konten tersebut juga menghasilkan tingkat keterlibatan yang cukup tinggi dalam bentuk jumlah penonton, tanda suka, komentar, dan pembagian ulang video. Tingginya interaksi tersebut menunjukkan bahwa konten yang relevan dengan kondisi sosial masyarakat memiliki potensi yang lebih besar untuk menjangkau audiens yang luas di platform TikTok (observasi awal pada akun TikTok @teuku.kemal.fasya).

Beberapa konten beliau yang viral di TikTok antara lain adalah video yang menampilkan peristiwa kebakaran di Kota Lhokseumawe, video respons cepat pemadam kebakaran, video terkait isu politik lokal di Blang Crum, serta terdapat pula video yang membahas mahalannya tiket penerbangan rute Lhokseumawe–Medan. Pada video kebakaran yang terjadi menjelang pergantian tahun, konten tersebut menarik perhatian besar dengan jumlah penonton mencapai sekitar 172,4 ribu, disertai 1.703 likes, 52 komentar, dan 127 kali dibagikan. Video tersebut dapat dilihat pada gambar 1:

Gambar 1.1 video kebakaran



Sumber gambar: akun tiktok @teuku.kemal.fasya

Selain itu, terdapat juga video yang menyoroti quick response pemadam kebakaran Lhokseumawe. Konten ini menunjukkan kecepatan petugas dalam menangani kejadian, yang mendapat apresiasi dari audiens dengan jumlah penonton 105,6 ribu, 1.702 likes, 57 komentar, dan 94 kali dibagikan. Video tersebut dapat dilihat pada gambar 2:

Gambar 1.2 Quick Respon Pemadam Kebakaran



Sumber gambar: akun tiktok @teuku.kemal.fasya

Selanjutnya, video yang membahas kondisi politik lokal di Blang Crum juga menjadi salah satu konten dengan engagement tinggi. Video tersebut memperoleh 3.651 likes, 203 komentar, dan 339 kali dibagikan, dengan jumlah penonton 98,3 ribu. Video tersebut dapat dilihat pada gambar 3:

Gambar 1.3 Kondisi Politik Lokal



Sumber gambar: akun tiktok @teuku.kemal.fasya

Selanjutnya, terdapat pula video yang membahas mahal nya tiket penerbangan rute Lhokseumawe–Medan yang juga menunjukkan tingkat engagement yang cukup tinggi. Konten ini memperoleh sekitar 1.418 likes, 166 komentar, 92 kali dibagikan dan jumlah penonton 65,3 ribu. Video tersebut dapat di lihat pada gambar 4:

Gambar 1.4. Tiket Penerbangan Mahal



Sumber gambar: akun tiktok @teuku.kemal.fasya

Tingginya perhatian terhadap video tersebut dapat dilihat dari jumlah penonton yang mencapai ratusan ribu tayangan. Angka tersebut menunjukkan bahwa konten yang menampilkan kejadian nyata di lingkungan masyarakat memperoleh perhatian yang cukup besar dari audiens. Selain itu, pengguna TikTok juga memberikan respons melalui komentar, tanda suka, serta membagikan video tersebut kepada pengguna lain. Berbagai bentuk interaksi tersebut memperlihatkan adanya keterlibatan audiens terhadap konten yang disajikan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa konten yang mengangkat peristiwa aktual di masyarakat diduga memiliki keterkaitan dengan ketertarikan audiens serta munculnya respons interaktif di platform TikTok. Fenomena tersebut menunjukkan adanya

kecenderungan tertentu dalam bagaimana audiens merespons konten di media sosial.

Meskipun beberapa konten pada akun @teuku.kemal.fasya memperoleh tingkat viralitas yang tinggi, tidak semua konten menunjukkan performa yang sama. Terdapat perbedaan jumlah tayangan, komentar, tanda suka, dan jumlah pembagian pada setiap video yang diunggah. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa viralitas konten tidak hanya ditentukan oleh keberadaan akun atau jumlah pengikut semata, tetapi kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti tema konten, relevansi isu yang diangkat, cara penyampaian pesan, kedekatan dengan kehidupan masyarakat, maupun bentuk interaksi yang dibangun dengan audiens. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam untuk memahami faktor-faktor yang menyebabkan suatu konten memperoleh tingkat viralitas yang lebih tinggi dibandingkan konten lainnya.

Fenomena konten yang memperoleh perhatian besar dari audiens di media sosial memperlihatkan adanya hubungan antara cara penyajian konten dan respons pengguna di platform digital. Kondisi ini mengindikasikan bahwa konten yang diunggah di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan berbagai aspek yang berkaitan dengan keterlibatan audiens. Pemahaman mengenai strategi konten menjadi relevan tidak hanya bagi para content creator, tetapi juga bagi institusi, organisasi, maupun individu yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Kajian mengenai strategi konten dan faktor yang berkaitan dengan viralitas pada akun TikTok @teuku.kemal.fasya

menjadi penting untuk dilakukan guna memahami bagaimana fenomena tersebut terjadi dalam konteks media sosial.

Kajian penelitian terdahulu mengenai penggunaan TikTok dalam konteks akademik dan media digital umumnya berfokus pada personal branding dosen, personal branding content creator edukasi, serta pemanfaatan TikTok sebagai sarana ekspresi diri. Penelitian-penelitian tersebut menitikberatkan pada bagaimana individu membangun citra diri, reputasi, dan identitas melalui konten yang dipublikasikan di media sosial. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana strategi konten TikTok disusun dan bagaimana faktor-faktor viralitas memengaruhi keberhasilan penyebaran konten masih relatif terbatas, terutama pada akun milik akademisi. Padahal, akademisi memiliki karakteristik yang berbeda karena memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai sarana membangun citra diri, tetapi juga sebagai media komunikasi publik, edukasi, dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menganalisis strategi konten TikTok dan faktor viralitasnya pada akun @teuku.kemal.fasya sebagai seorang akademisi yang aktif memproduksi konten di media sosial.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki unsur kebaruan karena berfokus pada akun TikTok seorang akademisi, yaitu Teuku Kemal Fasya, yang memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi publik. Penelitian ini tidak hanya mengkaji strategi konten yang digunakan, tetapi juga berupaya memahami faktor-faktor yang menyebabkan konten seorang akademisi dapat memperoleh viralitas tinggi di platform TikTok.

Penelitian ini penting dilakukan baik secara akademik maupun praktis. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya mengenai strategi konten digital, viralitas media sosial, dan pemanfaatan TikTok sebagai media komunikasi publik oleh kalangan akademisi. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi, lembaga pendidikan, maupun praktisi komunikasi dalam memanfaatkan media sosial secara lebih efektif untuk menjangkau dan membangun interaksi dengan masyarakat.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Konten TikTok dan Faktor Viralitasnya (Studi Kasus pada Akun TikTok @teuku.kemal.fasya)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi konten TikTok yang digunakan oleh Teuku Kemal Fasya sebagai seorang akademisi dalam mengelola akun @teuku.kemal.fasya?
2. Apa faktor-faktor yang menyebabkan konten pada akun @teuku.kemal.fasya memperoleh Tingkat viralitas yang tinggi?

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, ada beberapa poin yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi fokus utama penelitian peneliti adalah analisis strategi konten yang digunakan oleh pemilik akun @teuku.kemal.fasya dalam memproduksi dan menyajikan konten di platform

TikTok. Peneliti juga memfokuskan penelitian ini pada mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi viralitas konten yang diunggah.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis strategi konten yang digunakan oleh akun @teuku.kemal.fasya dalam pembuatan dan penyajian konten di TikTok.
2. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi viralitas konten TikTok pada akun @teuku.kemal.fasya.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Sosiologi Masyarakat digital, khususnya mengenai strategi produksi konten di TikTok serta fenomena viralitas dalam konteks akademisi di ruang digital. Serta dapat menjadi bahan untuk penelitian selanjutnya yang mempunyai fokus yang berdekatan dengan penelitian yang ini, serta dapat menambah sebagai referensi dalam perkembangan konsep dan teori.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi akademisi, pendidik, dan kreator konten yang ingin mengoptimalkan strategi komunikasi melalui media sosial, terutama dalam menciptakan konten yang menarik dan berpotensi viral.