

## Implementasi Strategi *Riding the Wave* (Analisis Isi Akun TikTok @geraldvincentt)

Asrida

Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, [asrida565@gmail.com](mailto:asrida565@gmail.com)

---

### Info Artikel

#### Article history:

Received Agu, 2025

Revised Agu, 2025

Accepted Agu, 2025

#### Kata Kunci:

Komunikasi digital, *Riding the wave*, TikTok, Produksi Kultural

#### Keywords:

Digital communication, *Riding the wave*, TikTok, Cultural production

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis implementasi strategi *riding the wave* pada konten TikTok @geraldvincentt yang memanfaatkan isu populer untuk menyampaikan pesan, mencerminkan perubahan pola komunikasi di era digital. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis isi deskriptif terhadap tujuh video Gerald Vincent pada Februari 2025. Data diperoleh melalui observasi non-partisipatif dan dokumentasi, serta divalidasi dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan Gerald mampu mengolah isu hangat menjadi konten relevan dan kredibel, sehingga menghasilkan keterlibatan tinggi berupa *like*, komentar, *share*, dan *save*. Analisis dengan teori produksi kultural Pierre Bourdieu menegaskan peran sinergi modal ekonomi, kultural, sosial, dan simbolik dalam mendukung strategi ini. Kecepatan merespons tren, kualitas produksi, dan penyederhanaan isu kompleks memperkuat reputasi Gerald sebagai kreator tepercaya. Simpulan penelitian menyatakan strategi *riding the wave* tidak hanya efektif meningkatkan interaksi, tetapi juga membangun modal simbolik berupa kredibilitas digital. Kebaruan penelitian terletak pada penerapan teori Bourdieu dalam konten TikTok berbasis tren, sedangkan implikasinya menekankan pentingnya respons cepat, konsistensi komunikasi, dan pengelolaan modal simbolik bagi kreator.

### ABSTRACT

This study analyzes the implementation of the *riding the wave* strategy in @geraldvincentt's TikTok content, which utilizes popular issues to convey messages, reflecting changes in communication patterns in the digital age. The method used is qualitative with descriptive content analysis of seven Gerald Vincent videos in February 2025. Data was obtained through non-participatory observation and documentation, and validated through triangulation of sources. The results show that Gerald is able to transform hot issues into relevant and credible content, resulting in high engagement in the form of likes, comments, shares, and saves. Analysis using Pierre Bourdieu's cultural production theory highlights the synergistic role of economic, cultural, social, and symbolic capital in supporting this strategy. The speed of responding to trends, the quality of production, and the simplification of complex issues strengthen Gerald's reputation as a trusted creator. The study's conclusion states that the "riding the wave" strategy is not only effective in increasing interaction but also in building symbolic capital in the form of digital credibility. The novelty of the research lies in the application of Bourdieu's theory to trend-based TikTok content, while its implications emphasize the importance of quick responses, consistent communication, and the management of symbolic capital for creators.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

---



---

**Corresponding Author:**

Name: Asrida

Institution: Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

Email: [asrida565@gmail.com](mailto:asrida565@gmail.com)

---

## 1. PENDAHULUAN

Strategi *riding the wave* merupakan pendekatan komunikasi yang memanfaatkan isu atau tren populer sebagai medium penyampaian pesan, sehingga konten lebih mudah diterima audiens dan berpotensi viral (Diany et al., 2022). Di era digital, strategi ini menjadi semakin penting seiring berkembangnya platform media sosial berbasis video pendek seperti TikTok. Sejak dirilis pada 2016, TikTok berkembang menjadi salah satu aplikasi paling populer di dunia, dengan pengguna aktif di Indonesia mencapai 107,7 juta orang per Februari 2025 (Statista.com). Popularitas ini ditunjang algoritma yang mampu mempersonalisasi konten sehingga relevan dengan preferensi pengguna (Munir & Mubarak, 2025).

Perubahan lanskap komunikasi digital menghadirkan persoalan baru yakni bagaimana kreator dapat memanfaatkan tren viral secara efektif untuk meningkatkan interaksi, membangun kedekatan, sekaligus menjaga kredibilitas di tengah banjir informasi. Salah satu contoh kreator yang konsisten menerapkan strategi *riding the wave* adalah Gerald Vincent. Dengan lebih dari 8 juta pengikut, Gerald mengemas isu politik, sosial, budaya, hingga hiburan dengan gaya ringan, edukatif, dan komunikatif, sehingga menghasilkan interaksi tinggi berupa *like*, komentar, *share*, dan *save*. Fenomena ini menarik diteliti karena menunjukkan bagaimana strategi komunikasi berbasis tren dapat menjadi sarana membangun modal simbolik seperti kepercayaan dan reputasi, sebagaimana dijelaskan dalam teori produksi kultural Pierre Bourdieu.

Beberapa penelitian sebelumnya memberikan pijakan penting. (Diany et al., 2022) meneliti praktik *riding the wave* pada akun Instagram lembaga pemerintah, tetapi fokus pada institusi dan bukan individu. (Putri & Sulistyanto, 2021) menganalisis konten edukatif di TikTok, tetapi tidak membahas strategi berbasis tren. Sementara itu, (Ismoyo, 2024) menerapkan teori Bourdieu pada industri komik, yang relevan untuk memahami akumulasi modal budaya, sosial, dan simbolik, meskipun dalam konteks berbeda. Dengan demikian, terdapat celah penelitian, yakni minimnya kajian yang menghubungkan strategi *riding the wave* individu di TikTok dengan teori produksi kultural Bourdieu.

Penelitian ini berusaha mengisi celah tersebut dengan menganalisis tujuh video Gerald Vincent pada Februari 2025 menggunakan metode analisis isi kualitatif. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana strategi *riding the wave* membentuk akumulasi modal ekonomi, kultural, sosial, dan simbolik. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberi kontribusi teoritis berupa perluasan penerapan teori Bourdieu dalam konteks konten digital berbasis tren, sekaligus kontribusi praktis berupa gambaran strategi komunikasi efektif bagi kreator digital. Implikasi penelitian juga diharapkan dapat membantu kreator memahami pentingnya respons cepat terhadap isu, konsistensi gaya komunikasi, serta pengelolaan modal simbolik untuk membangun kepercayaan audiens.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 *Riding the Wave*

Strategi *riding the wave* merupakan pendekatan komunikasi yang memanfaatkan isu, tren, atau topik populer untuk menyampaikan pesan sehingga mampu menjangkau audiens lebih luas. Istilah ini secara harfiah berarti “menunggangi gelombang,” yang menggambarkan bagaimana sebuah pesan ikut terbawa arus perhatian publik karena

dikaitkan dengan isu yang sedang ramai dibicarakan. Prinsip utamanya adalah menyesuaikan pesan dengan momentum yang sedang berlangsung agar pesan tersebut relevan, cepat diterima, dan berpotensi viral (Diany et al., 2022).

Dalam perkembangannya, strategi ini mula-mula digunakan di bidang pemasaran sebagai upaya meningkatkan kesadaran merek. Perusahaan atau pemasar berusaha mengaitkan produk mereka dengan isu viral, sehingga *brand* dapat ikut terlibat dalam percakapan publik. Seiring pesatnya pertumbuhan media sosial, strategi ini juga menjadi bagian penting dari praktik komunikasi digital. Tidak hanya digunakan oleh korporasi, tetapi juga oleh individu, terutama konten kreator yang memanfaatkannya untuk membangun *engagement* dan memperluas jangkauan audiens (Hadi, 2023).

Bagi konten kreator, *riding the wave* berarti mengemas tren viral, baik berupa musik, tantangan, meme, maupun berita terkini, ke dalam bentuk konten yang sesuai dengan gaya komunikasi mereka. Tujuannya adalah membuat konten mudah ditemukan, dibagikan, dan dikomentari audiens, sehingga berdampak pada peningkatan interaksi serta jumlah pengikut. Hal ini menuntut kecepatan dalam merespons tren, kejelian membaca minat audiens, serta kreativitas dalam menyederhanakan isu agar mudah dipahami (Maria & Sabrina, 2025).

Penerapan strategi *riding the wave* memerlukan pertimbangan yang matang agar sesuai dengan citra dan nilai yang ingin dibangun oleh kreator maupun pemasar. Isu yang dipilih sebaiknya relevan dan mampu mendukung pesan yang disampaikan, sehingga tidak menimbulkan dampak negatif pada reputasi. Apabila diterapkan secara tepat, strategi ini tidak hanya memberikan eksposur jangka pendek, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan audiens melalui keterlibatan yang lebih bermakna (Fisabilhaq & Triguno, 2024)

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menelaah implementasi strategi *riding the wave* yang diterapkan Gerald Vincent dalam konten TikTok bertema politik, edukasi, dan hiburan. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana tren viral dimanfaatkan untuk meningkatkan relevansi dan daya tarik konten, khususnya pada periode Februari 2025 yang ditandai oleh isu-isu publik seperti program Danantara, kebijakan wajib militer, dan fenomena sosial politik lainnya. Lokasi penelitian berada pada ranah digital, yaitu akun TikTok @geraldvincentt, yang memiliki karakteristik audiens luas dan interaktif.

Populasi penelitian mencakup seluruh konten yang diunggah oleh Gerald Vincent di akun TikTok miliknya. Dari keseluruhan populasi tersebut, sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan pertimbangan relevansi terhadap isu viral yang berkembang pada periode penelitian. Melalui teknik ini, ditetapkan tujuh video yang diunggah pada Februari 2025 sebagai sampel utama, karena konten-konten tersebut secara langsung merepresentasikan strategi *riding the wave* dalam merespons isu politik, sosial, edukasi, maupun hiburan yang sedang ramai diperbincangkan publik. Pemilihan ini juga mempertimbangkan intensitas interaksi audiens pada bulan tersebut yang relatif tinggi, sehingga memberikan data yang kaya untuk dianalisis.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari tujuh konten TikTok Gerald Vincent yang menjadi objek penelitian, termasuk elemen visual, teks caption, serta interaksi audiens berupa jumlah *like*, komentar, *share*, dan *save*. Data sekunder berasal dari literatur pendukung berupa buku, artikel jurnal nasional maupun internasional, serta publikasi daring yang relevan. Penggunaan data sekunder bertujuan memperkuat analisis, memberikan konteks teoretis, serta mendukung interpretasi data primer sehingga hasil penelitian lebih komprehensif.

Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik utama, yaitu observasi non-partisipatif dan dokumentasi. Observasi mencakup pencatatan tanggal unggah, durasi video, caption, tema/topik, serta interaksi audiens. Dokumentasi dilakukan dengan mengarsipkan materi visual,

teks caption, dan data interaksi audiens dari ketujuh konten dalam bentuk tangkapan layar maupun unduhan. Untuk menjaga validitas, digunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil observasi konten dengan komentar audiens serta pemberitaan media yang membahas isu serupa.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif (Waruwu, 2024). Tahapannya meliputi pengelompokan data, interpretasi makna konten, serta analisis berdasarkan teori produksi kultural Pierre Bourdieu guna menelusuri peran modal ekonomi, kultural, sosial, dan simbolik. Variabel diukur melalui keterlibatan audiens sebagai indikator efektivitas strategi *riding the wave*, dengan fokus pada jumlah interaksi digital serta kemampuan menyederhanakan isu kompleks menjadi konten yang komunikatif.

Kesulitan penelitian terletak pada keterbatasan data kuantitatif mengenai jangkauan konten karena bergantung pada akses publik, sehingga hasil penelitian sangat mengandalkan interpretasi kualitatif. Meskipun demikian, metode ini memiliki keunggulan berupa kemampuan menggali makna yang lebih mendalam mengenai praktik komunikasi digital berbasis tren, serta memperluas penerapan teori Bourdieu pada konteks konten TikTok yang belum banyak dikaji dalam penelitian sebelumnya.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

Penelitian ini menganalisis tujuh konten TikTok Gerald Vincent yang diunggah pada Februari 2025. Konten tersebut terdiri atas lima video bertema politik, satu video bertema edukasi, dan satu video bertema hiburan. Periode ini dipilih karena tingginya intensitas isu nasional pasca Pemilu 2024 yang memunculkan banyak topik viral.

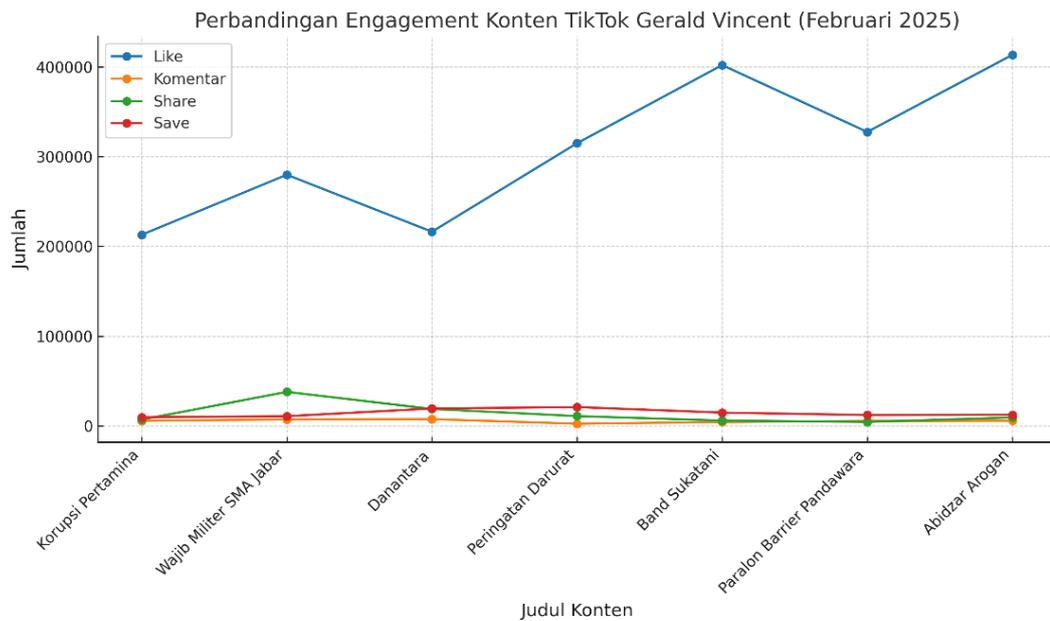
Berdasarkan data pada Tabel 1, setiap konten menunjukkan variasi keterlibatan audiens (*engagement*). Video “Abidzar Arogan” memperoleh jumlah *like* tertinggi (413,5 ribu), sementara “Wajib Militer SMA Jabar” mencatat *share* terbanyak (37,9 ribu). Adapun konten “Peringatan Darurat” mendapat jumlah *save* tertinggi (21 ribu), menandakan nilai informatif yang dianggap penting oleh audiens.

Tabel 1. Data *Engagement* Konten TikTok Gerald Vincent (Februari 2025)

No	Judul Konten	Tanggal	Durasi	Like	Komentar	Share	Save	Kategori
1	Korupsi Pertamina	27/02/25	01:24	213.000	5.703	7.029	9.589	Politik
2	Wajib Militer SMA Jabar	26/02/25	01:07	279.900	7.203	37.900	10.800	Politik
3	Danantara	19/02/25	01:19	216.400	7.525	18.900	19.400	Politik
4	Peringatan Darurat	18/02/25	01:23	315.000	2.446	10.900	21.000	Politik
5	Band Sukatani	21/02/25	01:12	402.100	4.368	5.910	14.800	Politik
6	Paralon Barrier Pandawara	05/02/25	01:07	327.600	5.451	4.433	12.100	Edukasi
7	Abidzar Arogan	07/02/25	01:09	413.500	5.754	9.360	12.400	Hiburan

Sumber: Data Diolah

Gambar 1 menyajikan perbandingan antar metrik engagement (*like*, komentar, *share*, dan *save*) serta memperlihatkan tren interaksi audiens pada tiap video. Secara umum, konten politik mendominasi jumlah interaksi, sedangkan konten edukasi dan hiburan menunjukkan angka yang relatif lebih rendah.



Gambar 1. Perbandingan *Engagement* Konten TikTok Gerald Vincent (Februari 2025)

Sumber: Data Diolah

Selain data kuantitatif, analisis deskriptif menemukan pola konsisten dalam gaya produksi Gerald Vincent. Pola tersebut meliputi penggunaan *headline* provokatif atau *screenshot* komentar audiens, pemanfaatan *greenscreen* dengan latar relevan, gaya bahasa santai disertai humor, serta ajakan partisipatif pada akhir video. Pola inilah yang menjadi ciri khas strategi *riding the wave* Gerald Vincent selama periode penelitian.

#### 4.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *riding the wave* mampu menghasilkan keterlibatan audiens tinggi pada konten TikTok Gerald Vincent. Keberhasilan tidak semata-mata ditentukan oleh tema konten, melainkan juga oleh cara pengemasan pesan, momentum publikasi, dan konsistensi gaya komunikasi. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Kawuladini et al., 2023) yang menyebutkan kualitas teknis konten berpengaruh signifikan terhadap *engagement*, serta (Farkhati et al., 2022) yang menekankan komunikasi santai lebih mudah diterima generasi muda di media digital.

Jika ditinjau melalui teori produksi kultural Pierre Bourdieu, empat jenis modal berperan penting. Modal ekonomi tampak dari kualitas teknis produksi seperti transisi halus, pencahayaan optimal, dan audio jernih yang membuat audiens betah menonton. Modal kultural tercermin dari pemakaian bahasa populer, humor, serta referensi budaya yang dekat dengan audiens sehingga isu serius lebih mudah dipahami. Modal sosial diwujudkan dalam kecepatan Gerald merespons isu hangat dan interaksi aktif dengan pengikut, misalnya pada konten “Korupsi Pertamina” yang diunggah sehari setelah berita mencuat. Sementara itu, modal simbolik terlihat dari kredibilitas yang dibangun melalui konsistensi menyampaikan informasi valid, terbukti dari tingginya *save* pada konten informatif seperti “Peringatan Darurat.”

Temuan ini juga selaras dengan (Laiela et al., 2025) yang menegaskan humor dapat menjadi jembatan komunikasi isu serius, serta (Rizky et al., 2023) yang menunjukkan efektivitas *trend hijacking* melalui budaya populer untuk meningkatkan interaksi digital. Dengan demikian, penelitian ini memperluas penerapan teori Bourdieu dalam konteks kreator TikTok, sebuah ranah yang masih jarang dikaji secara akademis.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan analisis yang hanya melibatkan tujuh video dalam periode tertentu, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi pada

seluruh konten Gerald maupun kreator lain. Selain itu, keterbatasan data kuantitatif seperti impresi, CTR, dan retensi penonton membuat penelitian bergantung pada indikator interaksi publik. Potensi bias interpretasi juga ada karena analisis konten sangat dipengaruhi oleh perspektif peneliti.

Terlepas dari keterbatasan tersebut, temuan penelitian ini memberikan kontribusi penting. Secara teoretis, penelitian memperkaya kajian tentang strategi komunikasi digital berbasis tren dengan menegaskan relevansi teori Bourdieu pada praktik kreator konten. Secara praktis, hasil ini dapat menjadi panduan bagi kreator digital untuk merespons tren dengan cepat, menjaga kualitas produksi, mengemas isu dengan bahasa populer, serta membangun kredibilitas melalui konsistensi informasi.

Implikasi yang lebih luas adalah strategi *riding the wave* dapat diterapkan tidak hanya oleh kreator individu, tetapi juga lembaga atau organisasi yang ingin memperkuat kedekatan dengan audiens digital. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengkaji periode berbeda, membandingkan dengan kreator lain, atau mengombinasikan analisis kualitatif dan kuantitatif guna memperkuat validitas eksternal serta generalisasi temuan.

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa strategi *riding the wave* yang diterapkan Gerald Vincent merupakan hasil sinergi antara modal sosial, kultural, ekonomi, dan simbolik. Keberhasilan tidak hanya bergantung pada kecepatan merespons isu, tetapi juga pada kemampuan mengolah topik menjadi konten yang relevan, kredibel, dan menarik. Sinergi modal-modal tersebut menghasilkan interaksi tinggi, khususnya pada indikator *share* dan *save*, yang memperkuat reputasi Gerald sebagai kreator tepercaya di TikTok.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penerapan teori produksi kultural Pierre Bourdieu untuk menjelaskan dinamika strategi *riding the wave* dalam konteks konten TikTok, sehingga memperluas kajian komunikasi digital berbasis tren. Implikasi praktisnya menunjukkan pentingnya respons cepat, konsistensi gaya komunikasi, serta pengelolaan modal simbolik bagi kreator digital untuk membangun kepercayaan audiens.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan analisis yang hanya meninjau tujuh video dalam periode Februari 2025 dan penggunaan analisis isi kualitatif yang bergantung pada interpretasi peneliti. Faktor-faktor ini membatasi generalisasi hasil. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan memperluas periode kajian, menggunakan triangulasi metode, dan melibatkan wawancara baik dengan audiens maupun kreator untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Diany, A. S., Ramdhani, M., & Kusumaningrum, R. (2022). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Penerapan Strategi Riding The Wave Dalam Meningkatkan Engagement Pada Akun Instagram @Imigrasi\_Karawang 1*. <https://doi.org/10.31604/jips.v9i10.2022.3746-3755>
- Farkhati, L., Purwanto, B. E., Triana, L., Pendidikan Bahasa, P., Indonesia, S., Keguruan, F., & Pendidikan, I. (2022). Bahasa Prokem Dalam Buku Pengabdian Netijen Karya Gerald Tan: Kajian Fonologi Dan Implikasinya. *Jurnal Ilmiah SEMANTIKA*, 3(02), 148–158.
- Fisabilhaq, I., & Triguno, D. (2024). Social Media Content Strategy “Riding the Wave” of the Film Series “Gadis Kretek” on the Instagram Account of the Life Insurance Brand Astra Life. *COMMUNICASE: International Journal of Communication Research*, 1(2), 52–56. <https://doi.org/10.24036/communicase.v1i2.3>
- Hadi, A. Y. (2023). *Keberhasilan Content Creator Ditentukan oleh Kreativitas Konten dan Skill Mengedit Video*.
- Ismoyo. (2024). *Dinamika Kekuasaan dan Kepentingan dalam Industri Komik Indonesia* (Vol. 1).
- Kawuladini, J. P., Suhartanto, A., & Doktor Nugroho Magetan, U. (2023). Pengaruh Kualitas Audio, Visual dan Isi Materi Iklan Marketplace Shopee Di Sosial Media Youtube Terhadap Loyalitas Pengguna. In *EDUSCOTECH* (Vol. 4, Issue 1). Online. <https://doi.org/10.XXXX/eduscotech.xxxx.xxx>

- Laiela, N., Rohmah, H., & Nurhidayati, H. (2025). Humor Dalam Komunikasi Persuasif Mas-Mas Host Live Streaming Di Tiktok Batiksanarakarta. *Jurnal Sosial Dan Sains (SOSAINS)*, 5(7).
- Maria, Y., & Sabrina, H. (2025). Peran Strategi Content Marketing dan Viral Marketing dalam Meningkatkan Customer Engagement Pengguna Tokopedia The Role of Content Marketing and Viral Marketing Strategies in Increasing Customer Engagement of Tokopedia Users. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 6(1), 63–71. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v6i1.5822>
- Munir, A., & Mubarak, A. (2025). *Analisis Implementasi Teknologi Artificial Intelligence Pada Sistem Rekomendasi Konten Tiktok: Studi Kasus Personalisasi For You Page*.
- Putri, R., & Sulistyanto, A. (2021). *Analisis Isi Konten Edukasi Funfact Pada Akun Tiktok @Buiramira*.
- Rizky, A., Permadani, I., & Nurudin, I. (2023). *Jurnal Komunikasi Nusantara Strategi Pengelolaan Konten Tiktok Lembaga Sensor Film RI dalam Meraih Engagement Rate*. 5, 252–261. <https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%i.421>
- Waruwu, M. (2024). *Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan*. <https://afeksi.id/jurnal/index.php/afeksi/>