

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam beberapa tahun terakhir, olahraga tidak lagi dipandang semata-mata sebagai aktivitas fisik untuk menjaga kesehatan, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Tren gaya hidup sehat masyarakat Indonesia menunjukkan bahwa lebih dari 37% warga Indonesia melakukan aktivitas olahraga secara rutin (Salamah Harahap, 2025). Olahraga kini dikenal sebagai sarana untuk membangun identitas diri, mengekspresikan gaya hidup yang produktif, hingga memperluas relasi sosial.

Perkembangan tersebut ditandai dengan munculnya berbagai jenis olahraga baru yang tidak hanya menekankan aspek kebugaran fisik, tetapi juga mengandung interaksi sosial, hiburan, hingga pengalaman baru. Olahraga-olahraga yang diminati masyarakat dinilai cenderung mudah diakses, bersifat rekreatif, serta memberikan pengalaman bermain yang menyenangkan, sehingga dapat menarik minat generasi muda yang menginginkan aktivitas fisik tanpa tekanan kompetisi yang tinggi.

Dalam perkembangan tersebut, salah satu olahraga yang mencerminkan perubahan makna olahraga sebagai gaya hidup adalah olahraga padel. Padel tidak hanya menawarkan manfaat kebugaran fisik, tetapi juga mengandung nilai sosial yang kuat karena dimainkan secara berpasangan dan menekankan interaksi antar pemain. Karakteristik ini menjadikan padel sebagai olahraga yang mudah diterima oleh masyarakat yang cenderung mencari aktivitas fisik sekaligus sarana bersosialisasi. Citra padel sebagai olahraga modern, eksklusif, dan sedang tren semakin diperkuat melalui konten di media sosial, khususnya Instagram.

Kemunculan konten padel berupa beberapa video yang diambil pemain pada saat permainan berlangsung hingga aktivitas yang dilakukan komunitas padel menjadikan olahraga ini tidak hanya sebagai aktivitas fisik, tetapi juga simbol gaya

hidup modern. Paparan konten tersebut berpotensi membentuk persepsi bahwa padel merupakan olahraga yang sedang tren, sehingga mendorong masyarakat lain untuk ikut serta agar tidak merasa tertinggal dari lingkungannya.

Pemanfaatan internet kini membuat proses komunikasi menjadi jauh lebih mudah bagi masyarakat. Sejak pandemi yang mulai berdampak di Indonesia pada akhir 2019, jumlah pengguna internet mengalami peningkatan yang sangat signifikan (Wijaya & Yulita, 2022). Kehadiran internet memberikan banyak manfaat, salah satunya dalam hal penyampaian informasi. Jika sebelumnya pesan hanya dapat dikirim melalui surat dan membutuhkan waktu lama, kini masyarakat bisa berkomunikasi secara instan melalui *e-mail* maupun berbagai *platform* media di media sosial.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pandang interaksi sesama penggunanya. Salah satu dampak paling signifikan dari kemajuan ini adalah munculnya media sosial sebagai saluran utama dalam aktivitas pemasaran. *Social Media Marketing* (SMM) datang muncul untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Hal ini juga membangun hubungan interaktif dan juga dapat menciptakan pengamalan merek yang personal dan *real-time*. Menurut Statista (2024) lebih dari 4,9 miliar orang di dunia aktif menggunakan media sosial, dan angka ini terus meningkat setiap tahun.

Di sisi lain, tingginya keterlibatan masyarakat Kota Pekanbaru di media sosial juga melahirkan fenomena psikologis baru yang dapat dikenal dengan sebutan *Fear of Missing Out* (FOMO). FOMO merupakan perasaan cemas atau takut tertinggal terhadap pengalaman atau informasi yang sedang tren di lingkungan sosial (Sánchez-Alcaraz & Courel-Ibáñez, 2022). Dalam konteks pemasaran digital, FOMO sering dimanfaatkan oleh *brand* untuk mendorong *purchase intention* melalui pesan yang menekankan eksklusivitas, seperti “*limited edition*” atau “*don’t miss out*” (Luftiani et al., 2025). Masyarakat yang memiliki tingkat konektivitas tinggi cenderung lebih rentan terhadap FOMO karena mereka terus-menerus terpapar pada konten kehidupan orang lain yang tampak lebih menarik atau “*up-to-date*”.

Pada perkembangan di zaman ini, muncul tren olahraga baru yang biasanya disebut padel. Padel terbilang salah satu olahraga yang tengah naik daun di berbagai negara, termasuk Indonesia (Noval Lutfianto, 2025). Padel juga dikenal sebagai *paddle* atau *paddle tennis* adalah olahraga raket yang relatif baru yang diciptakan di Amerika Selatan pada tahun 1970-an (Sánchez-Alcaraz & Courel-Ibáñez, 2022). Padel merupakan olahraga raket yang menggabungkan unsur tenis dan *squash*. Dalam beberapa tahun terakhir, padel mulai populer di kalangan anak muda perkotaan karena dianggap sebagai olahraga yang modern, sosial, dan berprestasi. Fenomena ini tidak terlepas dari pengaruh media sosial yang menjadi sarana utama penyebaran tren gaya hidup baru.

*Social Media Marketing* (SMM) berperan penting dalam membangun popularitas padel di Kota Pekanbaru. Melalui *platform* seperti Instagram, berbagai pemain padel, hingga *influencer*, memanfaatkan konten visual yang menarik seperti video permainan, *outfit sporty*, hingga gaya hidup sehat oleh pemain padel untuk menarik perhatian masyarakat Kota Pekanbaru. Fenomena berikutnya yang memperkuat hubungan antara media sosial dan perilaku konsumsi masyarakat Kota Pekanbaru adalah munculnya konsep *Fear of Missing Out* (FOMO). Dalam konteks padel, FOMO dapat muncul ketika pengguna media sosial melihat teman atau *influencer* menikmati aktivitas padel dan membagikannya di *platform* digital. Dorongan psikologis ini dapat memotivasi individu untuk ikut mencoba padel, membeli perlengkapan olahraga, atau bergabung dengan komunitas tertentu agar tidak “ketinggalan tren”.

Hubungan antara *social media marketing*, FOMO, dan *purchase intention* menjadi semakin menarik untuk diteliti. Aktivitas pemasaran di media sosial dapat memicu rasa FOMO pada pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan niat mereka untuk melakukan pembelian (Habib & Almamy, 2025). Dalam konteks olahraga padel, efek FOMO dapat memperkuat niat beli pada masyarakat Kota Pekanbaru baik untuk mencoba olahraga padel. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang erat antara pemain padel, dorongan psikologis FOMO, dan keinginan untuk berpartisipasi dalam tren gaya hidup baru.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh konten padel di Instagram terhadap *fear of missing out* dan minat bermain padel di Kota Pekanbaru. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Apakah konten padel di Instagram berpengaruh terhadap *fear of missing out* pada masyarakat di Kota Pekanbaru?
2. Apakah *fear of missing out* berpengaruh terhadap minat bermain padel di Kota Pekanbaru?
3. Apakah *fear of missing out* memediasi pengaruh konten padel di Instagram terhadap minat bermain padel di Kota Pekanbaru?

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, pertanyaan penelitian pada penelitian ini diantaranya:

1. Apakah terdapat adanya pengaruh konten padel di Instagram terhadap FOMO dan minat bermain padel di Kota Pekanbaru?
2. Seberapa besar pengaruh konten padel di Instagram terhadap FOMO dan minat bermain padel di Kota Pekanbaru?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh konten padel di Instagram terhadap FOMO dan minat bermain padel di Kota Pekanbaru?
2. Mengetahui besarnya pengaruh konten padel di Instagram terhadap FOMO dan minat bermain padel di Kota Pekanbaru?

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan pembanding untuk penelitian berikutnya, khususnya penelitian pada bidang ilmu komunikasi yang relevan dengan variabel-variabel pada penelitian ini, yakni mengenai pengaruh Purchase Intention terhadap Social Media Marketing dan FOMO di Kota Pekanbaru.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini dapat dijadikan sarana evaluasi bagi Masyarakat Kota Pekanbaru untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Purchase Intention terhadap Social Media Marketing dan FOMO di kalangan masyarakat Kota Pekanbaru.

### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Pengerjaan laporan skripsi memiliki kegunaan sosial karena melibatkan interaksi antara peneliti, responden, peneliti lainnya hingga para dosen yang mendorong pertukaran informasi serta pemahaman bersama. Melalui proses ini, penelitian dapat memberikan kontribusi pengetahuan yang bermanfaat bagi masyarakat, sekaligus menjadi sarana pengembangan kemampuan berpikir kritis, komunikasi, dan tanggung jawab ilmiah peneliti.

### **1.5.4 Keterbatasan Sosial**

Dalam proses pengerjaan laporan skripsi, terdapat keterbatasan sosial yang berkaitan dengan interaksi dan partisipasi responden. Tidak semua responden memiliki tingkat pemahaman, minat, atau keterbukaan yang sama dalam memberikan informasi, sehingga berpotensi memengaruhi

kelengkapan dan keakuratan data. Selain itu, keterbatasan waktu, dan kesibukan peneliti dapat membatasi proses pengumpulan data yang ideal dalam mengerjakan penelitian.

