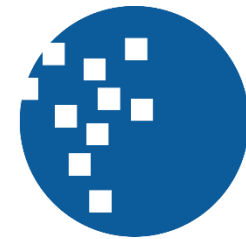


**PENGARUH KONTEN PADEL DI INSTAGRAM TERHADAP
FOMO DAN MINAT BERMAIN PADEL DI PEKANBARU**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Grace

00000055551

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2026

**PENGARUH KONTEN PADEL DI INSTAGRAM TERHADAP
FOMO DAN MINAT BERMAIN PADEL DI PEKANBARU**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Grace

00000055551

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Grace

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055551

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KONTEN PADEL DI INSTAGRAM TERHADAP FOMO DAN
MINAT BERMAIN PADEL DI PEKANBARU

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Desember 2025



(Grace)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Grace
NIM : 00000055551
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : Pengaruh Konten Padel di Instagram terhadap
FOMO dan Minat Bermain Padel di Pekanbaru


Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

15 Desember 2025

 Tanda tangan
(Grace)

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KONTEN PADEL DI INSTAGRAM TERHADAP FOMO DAN MINAT BERMAIN PADEL DI PEKANBARU

Oleh

Nama : Grace
NIM : 00000055551
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi Strategis

Telah diujikan pada hari Rabu, 7 Januari 2026
Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Asep Sutresna, S.I.Kom., M.A.
NIDN: 0307126303

Penguji



Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.
NIDN: 0307128703

Pembimbing



Dr. Henilia Yulita
NIDN: 0320077803

Ketua Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Grace

NIM : 00000055551

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : D3/S1/S2* (coret salah satu)

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Konten Padel di Instagram terhadap FOMO dan Minat Bermain Padel di Pekanbaru

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 15 Desember 2025



(_____)

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., selaku Dekan Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Henilia Yulita, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Alexander, sebagai pacar yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi yang berharga bagi pembaca, terutama mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, untuk masa depan.

Tangerang, 15 Desember 2025



(Grace)

PENGARUH KONTEN PADEL DI INSTAGRAM TERHADAP FOMO DAN MINAT BERMAIN PADEL DI PEKANBARU

(Grace)

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah strategi pemasaran dalam berbagai industri, termasuk pada sektor olahraga yang kini juga dipengaruhi oleh tren digital dan gaya hidup modern. Salah satu olahraga yang sedang berkembang di Indonesia, khususnya di Kota Pekanbaru, adalah olahraga padel. Popularitas padel tidak terlepas dari media sosial Instagram yang menampilkan konten visual, aktivitas komunitas, serta gaya hidup modern yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Selain itu, paparan media sosial juga memunculkan fenomena psikologis Fear of Missing Out (FOMO) yang dapat mendorong individu untuk ikut serta dalam tren tertentu agar tidak merasa tertinggal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh social media marketing terhadap purchase intention dengan Fear of Missing Out (FOMO) sebagai variabel mediasi pada olahraga padel di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada masyarakat Kota Pekanbaru berusia 15–39 tahun. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention. Selain itu, social media marketing juga berpengaruh signifikan terhadap FOMO, dan FOMO terbukti berpengaruh positif terhadap purchase intention. Temuan lainnya menunjukkan bahwa FOMO berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh social media marketing terhadap purchase intention. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran melalui media sosial yang efektif mampu meningkatkan minat beli masyarakat terhadap olahraga padel, baik secara langsung maupun melalui dorongan psikologis Fear of Missing Out.

Kata kunci: Pemasaran media sosial, ketakutan akan ketinggalan , minat bermain, olahraga padel, Pekanbaru

THE EFFECT OF INSTAGRAM PADEL CONTENT ON FOMO AND INTENTION TO PLAY PADEL IN PEKANBARU

(Grace)

ABSTRACT

The rapid development of social media has transformed marketing strategies across various industries, including the sports sector, which is increasingly influenced by digital trends and modern lifestyles. One sport that has recently gained popularity in Indonesia, particularly in Pekanbaru, is padel. The growing interest in padel cannot be separated from the role of social media marketing, which presents engaging visual content, community activities, and lifestyle-oriented messages that may influence consumer behavior. In addition, continuous exposure to social media often triggers a psychological phenomenon known as Fear of Missing Out (FOMO), which encourages individuals to participate in trending activities to avoid feeling left behind. This study aims to examine the effect of social media marketing on purchase intention with Fear of Missing Out (FOMO) as a mediating variable in the context of padel sport in Pekanbaru. This research employs a quantitative approach using a survey method by distributing online questionnaires to residents of Pekanbaru aged 15–39 years. The collected data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that social media marketing has a positive and significant effect on purchase intention. Furthermore, social media marketing significantly influences FOMO, and FOMO has a positive and significant effect on purchase intention. The findings also reveal that FOMO plays a mediating role in strengthening the relationship between social media marketing and purchase intention. Therefore, it can be concluded that effective social media marketing strategies are able to enhance consumers' purchase intention toward padel sport, both directly and indirectly through the psychological influence of Fear of Missing Out..

Keywords: social media marketing, fear of missing out, purchase intention, padel sport, Pekanbaru

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Akademis	5
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	5
1.5.3 Kegunaan Sosial	5
1.5.4 Keterbatasan Sosial.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	1
2.3 Hipotesis Teoritis	8
2.4 Kerangka Pemikiran	9
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	10
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	10
3.2 Metode Penelitian	10

3.3	Populasi dan Sampel	11
3.4	Operasionalisasi Variabel/Konsep	13
3.5	Teknik Pengumpulan Data	19
3.6	Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas)	20
3.7	Teknik Analisis Data	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		23
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	23
4.1.1.	Subjek Penelitian	23
4.1.2.	Objek Penelitian	23
4.2	Hasil Penelitian	24
4.3	Pembahasan	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	62
5.2.1	Saran Akademis	62
5.2.2	Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN.....		66



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	16
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	20
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	25
Tabel 4.2 Usia Responden.....	25
Tabel 4.3 Pekerjaan / Status	26
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir.....	26
Tabel 4.5 Pendapatan per Bulan.....	27
Tabel 4.6 Pernah Mendengar Padel	28
Tabel 4.7 Data Smart PLS.....	29
Tabel 4.8 Data Smart PLS.....	31
Tabel 4.9 Data Smart PLS.....	32
Tabel 4.10 Data Smart PLS.....	32
Tabel 4.11 Data Smart PLS.....	34
Tabel 4.12 Data Smart PLS.....	35
Tabel 4.13 Data Smart PLS.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tabel Kerangka Pemikiran.....	9
Gambar 3.1 Data Jumlah Penduduk Pekanbaru.....	12
Gambar 4.1 Data Smart PLS.....	29
Gambar 4.2 Data Kuesioner.....	37
Gambar 4.3 Data Kuesioner.....	37
Gambar 4.4 Data Kuesioner.....	38
Gambar 4.5 Data Kuesioner.....	39
Gambar 4.6 Data Kuesioner.....	39
Gambar 4.7 Data Kuesioner.....	40
Gambar 4.8 Data Kuesioner.....	40
Gambar 4.9 Data Kuesioner.....	41
Gambar 4.10 Data Kuesioner.....	42
Gambar 4.11 Data Kuesioner.....	42
Gambar 4.12 Data Kuesioner.....	43
Gambar 4.13 Data Kuesioner.....	44
Gambar 4.14 Data Kuesioner.....	44
Gambar 4.15 Data Kuesioner.....	45
Gambar 4.16 Data Kuesioner.....	46
Gambar 4.17 Data Kuesioner.....	46
Gambar 4.18 Data Kuesioner.....	47
Gambar 4.19 Data Kuesioner.....	48
Gambar 4.20 Data Kuesioner.....	48
gambar 4.21 Data Kuesioner.....	49
Gambar 4.22 Data Kuesioner.....	50
Gambar 4.23 Data Kuesioner.....	50
Gambar 4.24 Data Kuesioner.....	51
Gambar 4.25 Data Kuesioner.....	52
Gambar 4.26 Data Kuesioner.....	52

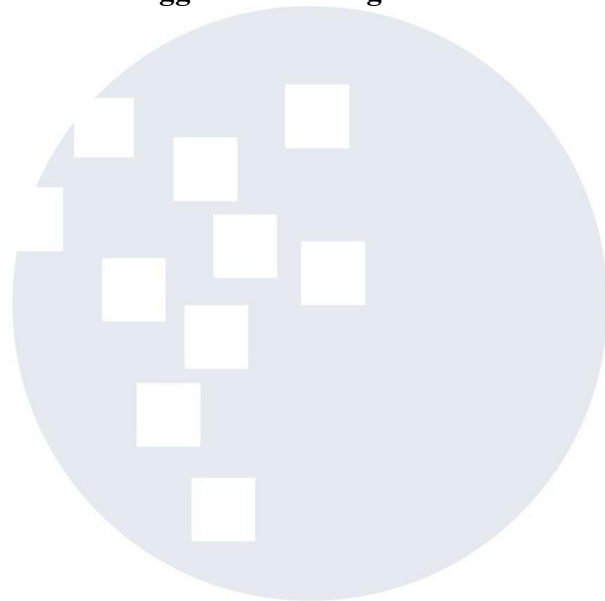
Gambar 4.27 Data Kuesioner.....	53
Gambar 4.28 Data Kuesioner.....	54
Gambar 4. 28 Data Kuesioner.....	54
Gambar 4.29 Data Kuesioner.....	55



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin	66
Lampiran B. Konsultasi Form	67
Lampiran C. Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial	69



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA