

BAB II

PADEL, TIKTOK DAN INFLUENCER PADEL DI TIKTOK

2.1 Karakteristik Generasi Z sebagai Audiens Digital

Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh bersama internet dan media sosial sejak usia dini, sehingga kerap disebut *digital native* individu yang sejak awal kehidupannya akrab dengan telepon pintar dan platform digital (Fadillah et al., 2022).

Karakteristik ini menjadikan media sosial bukan sekadar sarana hiburan bagi Generasi Z, melainkan juga ruang untuk mencari referensi, membandingkan pilihan, dan membangun aktualisasi diri. Abidin (2025), mengutip Riyanto dan Pratama (2020), mencatat bahwa Generasi Z di Indonesia menggunakan Instagram dan TikTok tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana aktualisasi diri dan partisipasi dalam isu-isu sosial. Studi lain terhadap penggunaan TikTok oleh Generasi Z juga menemukan bahwa platform video pendek berfungsi sebagai ruang ekspresi minat, nilai, dan kepribadian melalui simbol visual dan tren yang diikuti penggunanya.

Pola konsumsi ini relevan untuk memahami bagaimana tren gaya hidup baru termasuk olahraga padel dapat menyebar di kalangan mahasiswa. Kedekatan Generasi Z dengan media sosial menjadikan platform digital sebagai salah satu ruang penting untuk memperoleh informasi, menilai tren, dan membangun referensi gaya hidup. Representasi visual mengenai suasana bermain, komunitas, dan pengalaman pemain padel di media sosial berpotensi menjadi salah satu sumber yang menumbuhkan awareness dan ketertarikan awal. Namun demikian, hubungan antara paparan digital dan minat berpartisipasi tidak dapat diasumsikan bersifat langsung maupun deterministik; keterkaitan tersebut perlu diuji secara empiris pada mahasiswa Universitas Diponegoro sebagai populasi penelitian ini, sejalan dengan desain survei cross-sectional yang digunakan (lihat subbab 1.9.8).

Fenomena ini tercermin pada studi kualitatif Ratulie dan Yoedtadi (2026) terhadap tujuh pemain padel Generasi Z berusia 18–27 tahun di lingkungan urban. Studi tersebut menemukan bahwa media sosial berperan sentral dalam memperkenalkan padel dan memperkuat nilai simboliknya melalui representasi visual, serta bahwa padel turut berfungsi sebagai arena sosial yang memfasilitasi koneksi interpersonal dan pembentukan komunitas. Salah satu informan dalam studi tersebut menggambarkan ketertarikan awalnya sebagai respons terhadap tren visual di media sosial yang kemudian terbukti menyenangkan setelah dicoba langsung pola yang konsisten dengan alur situational interest menuju individual interest dalam kerangka Hidi dan Renninger (2006)

2.2 Pertumbuhan dan Aksesibilitas Olahraga Padel di Indonesia dan Kota Semarang

Berdasarkan Indonesia Padel Report 2025 yang disusun Core & Court bersama Growell, jumlah lapangan padel di Indonesia meningkat dari 15 unit pada 2021 menjadi 947 unit pada akhir 2025, seiring bertambahnya jumlah klub dari 3 menjadi 293 klub pada periode yang sama (Databoks, 2026a). Jika dihitung sebagai rata-rata pertambahan bersih sepanjang periode 2021–2025 (kurang lebih empat tahun atau 1.460 hari), maka penambahan 932 lapangan tersebut setara dengan sekitar 0,64 lapangan baru per hari. Angka 3,8 lapangan per hari merujuk pada metrik yang berbeda, yaitu proyeksi laju pembangunan dari 1.580 lapangan baru yang sedang dalam tahap konstruksi menurut laporan yang sama (Databoks, 2026a). Kedua angka ini penting dibedakan karena mengukur periode dan basis perhitungan yang tidak sama: yang pertama adalah rata-rata historis 2021–2025, sedangkan yang kedua adalah proyeksi kecepatan pembangunan pada gelombang konstruksi terbaru.

Terlepas dari perbedaan metrik tersebut, kedua angka ini secara konsisten menunjukkan bahwa ekspansi infrastruktur padel di Indonesia berlangsung sangat cepat dibandingkan olahraga premium lain pada umumnya. Data yang sama menunjukkan bahwa DKI Jakarta merupakan

provinsi dengan jumlah lapangan padel terbanyak, yakni 326 lapangan, diikuti oleh Jawa Barat, Bali, Banten, dan Jawa Timur, yang bersama-sama menyumbang sekitar 85 persen dari total lapangan padel nasional (Databoks, 2026b). Konsentrasi ini mencerminkan pola pertumbuhan yang sejalan dengan urbanisasi dan daya beli masyarakat kota besar, meskipun perlu dicatat bahwa angka-angka tersebut berasal dari laporan industri (bukan statistik resmi pemerintah) sehingga sifatnya adalah estimasi indikatif, bukan sensus.

Di tingkat lokal, pertumbuhan serupa turut terjadi di Kota Semarang. Sebagaimana telah dipaparkan pada Tabel 1.1 (Bab I), sedikitnya delapan venue padel telah beroperasi di area yang berjarak kurang dari 10 kilometer dari kampus utama Universitas Diponegoro per Mei 2026, dengan tarif sewa berkisar Rp99.000 hingga Rp350.000 per jam (AYO Indonesia, 2026). Ketersediaan fasilitas fisik ini menjadi prasyarat penting bagi terjadinya konversi dari minat digital menuju partisipasi nyata: tanpa adanya lapangan yang terjangkau secara jarak, terpaan konten TikTok sekuat apa pun berpotensi berhenti pada tahap ketertarikan kognitif dan afektif tanpa berlanjut ke tahap konatif.

Pertumbuhan padel juga tidak lepas dari fungsinya sebagai penanda gaya hidup dan, pada sebagian kalangan, status sosial. Rohman (2020), dalam kajiannya terhadap fenomena gym, menemukan bahwa aktivitas kebugaran kerap dimanfaatkan bukan semata untuk berolahraga, melainkan juga untuk merepresentasikan posisi sosial seseorang di tengah masyarakat. Perlu digarisbawahi bahwa temuan ini berasal dari konteks gym, sehingga penerapannya pada padel bersifat indikasi analogis, bukan bukti langsung; padel sebagai objek kajian tersendiri memerlukan penelitian yang secara spesifik menyoroti konteksnya. Sebagai indikasi awal pada konteks padel, laporan jurnalistik Kompas.id (2026) mencatat bahwa menjamurnya lapangan padel di kota-kota besar mencerminkan kuatnya permintaan dari kelompok masyarakat urban tertentu yang menjadikan padel sebagai bagian

dari konsumsi gaya hidup. Karena sumber ini bersifat jurnalistik, ia digunakan sebagai bukti fenomena aktual dan bukan sebagai rujukan konseptual utama.

Ratulie dan Yoedtadi (2026) menambahkan bahwa, di luar dimensi status sosial, padel juga berfungsi sebagai sarana regulasi emosi yang membantu Generasi Z mengelola stres dan menjaga kesejahteraan psikologis melalui interaksi kelompok bermain. Dengan demikian, pertumbuhan padel di Indonesia dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara ekspansi infrastruktur bisnis, fungsi olahraga sebagai konten hiburan visual yang mudah diproduksi di media sosial, dan fungsi olahraga sebagai penanda gaya hidup kombinasi faktor yang relevan sebagai konteks sebelum menguji pengaruh statistik terpaan konten TikTok dan kredibilitas *influencer* terhadap minat mahasiswa Universitas Diponegoro.

2.3 TikTok sebagai Ruang Distribusi Konten Padel

Berbeda dari platform berbasis jaringan pertemanan, TikTok mendistribusikan konten terutama melalui For You Page (FYP), yaitu sistem rekomendasi yang mempersonalisasi tayangan berdasarkan sinyal perilaku pengguna seperti durasi tontonan, like, komentar, dan bagikan bukan semata hubungan follower–following. Karakteristik ini menjelaskan mengapa sebuah akun dengan basis pengikut relatif kecil tetap berpeluang menjangkau audiens yang jauh lebih luas.

TikTok menggunakan sistem rekomendasi pada FYP yang mempersonalisasi distribusi konten berdasarkan berbagai sinyal interaksi pengguna. Karena distribusi tidak hanya bergantung pada status mengikuti suatu akun, konten dari kreator dengan basis pengikut terbatas tetap berpeluang menjangkau audiens yang lebih luas apabila kesesuaian antara konten dan preferensi pengguna terdeteksi oleh sistem. Karakteristik ini relevan bagi penelitian ini karena memungkinkan seorang mahasiswa Universitas Diponegoro tetap berpeluang terekspos konten padel secara

berulang melalui kemiripan pola interaksi dengan konten olahraga atau gaya hidup sejenis sekalipun mahasiswa tersebut tidak secara aktif mengikuti (follow) akun kreator padel tertentu. Perumusan ini sengaja menghindari klaim yang bersifat deterministik ("pasti terekspos berulang"), mengingat sistem rekomendasi bersifat probabilistik dan bergantung pada banyak variabel yang tidak seluruhnya dapat diketahui pihak luar.

Prinsip algoritmik ini sejalan dengan karakter TikTok sebagai salah satu kanal informasi gaya hidup dan olahraga yang banyak diakses generasi muda dalam keseharian mereka. Relevansinya bagi penelitian ini terletak pada implikasi metodologis: karena eksposur terhadap konten padel dapat terjadi secara insidental melalui algoritma, terpaaan konten padel di TikTok (variabel X1) pada penelitian ini diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi audiens secara langsung bukan diasumsikan dari jumlah pengikut suatu akun semata, sebagaimana telah dijelaskan pada definisi operasional di Bab I.

2.4 Profil *Influencer* @padel.chaos

Berdasarkan observasi peneliti per Agustus 2026, akun @padel.chaos memiliki 6.711 pengikut dan akumulasi 259,4 ribu likes di TikTok, serta didukung basis pengikut sebesar 15 ribu di Instagram sebagai kanal media sosial pendamping.

Bio akun ini mendeskripsikan dirinya dengan formula "90% Soft Spoken, 10% Keahlian". Framing diri yang menegaskan bahwa daya tarik utamanya bukan pada kompetensi teknis, melainkan pada gaya penyampaian yang santai, humoris, dan cenderung self-deprecating. Kontennya didominasi oleh cuplikan permainan padel yang dibalut narasi komedik melalui teks overlay, seperti candaan seputar dinamika bermain bersama partner dan momen kekalahan yang dijadikan bahan humor, di samping konten edukatif ringan yang dikemas jenaka.

Sejumlah unggahan akun ini mencatatkan jangkauan tayangan antara 200 ribu hingga 770 ribu penayangan, jauh melampaui jumlah followers-nya, sementara mayoritas video lain berada pada kisaran belasan hingga puluhan ribu penayangan (observasi peneliti, Agustus 2026). Disparitas ini merupakan temuan observasional pada satu akun spesifik pada satu periode pengamatan, sehingga tidak digeneralisasikan sebagai pola pasti seluruh akun niche padel di TikTok; ia digunakan semata sebagai ilustrasi bahwa distribusi kontennya besar kemungkinan bertumpu pada mekanisme algoritma FYP.

Karakter komunikasi @padel.chaos merepresentasikan dimensi attractiveness dalam Source Credibility Theory (Ohanian, 1990) secara lebih menonjol dibandingkan dimensi expertise formal, karena daya tariknya bertumpu pada relatability dan gaya santai, bukan pada demonstrasi keahlian teknis yang eksplisit. Karakteristik ini menjadikannya relevan untuk menguji sejauh mana Kredibilitas yang dibangun melalui kedekatan personal dan bukan semata-mata kemampuan teknis yang dianggap mampu memengaruhi minat berpartisipasi mahasiswa. Akun ini dipilih sebagai objek observasi awal bukan karena skala pengikutnya (yang tergolong menengah, bukan *mega-influencer*), melainkan karena tiga alasan: (1) disparitas follower–reach memberi ilustrasi konkret tentang mekanisme terpaan algoritmik yang menjadi dasar pengukuran variabel X1; (2) gaya komunikasinya merepresentasikan dimensi attractiveness secara lebih nyata dibandingkan pendekatan ekspertise formal; dan (3) target audiensnya secara alami tumpang tindih dengan populasi mahasiswa urban Generasi Z.