

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh Terpaan Konten Padel di TikTok (X1) dan Kredibilitas *Influencer* TikTok @padel.chaos (X2) terhadap Minat Bermain Padel pada mahasiswa Universitas Diponegoro (Y). Hasil uji F menunjukkan nilai sebesar 80,904 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang berarti model regresi yang dibangun secara statistik layak dan kedua variabel bebas ini, ketika digabungkan, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Bermain Padel. Nilai R Square sebesar 0,625 menunjukkan bahwa 62,5% variasi Minat Bermain Padel dapat dijelaskan oleh Terpaan Konten Padel di TikTok dan Kredibilitas *Influencer* TikTok @padel.chaos secara bersama-sama, sedangkan 37,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Berdasarkan hasil ini, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa Terpaan Konten Padel di TikTok dan Kredibilitas *Influencer* TikTok secara simultan berpengaruh positif terhadap Minat Bermain Padel dinyatakan diterima.

Dari tabel koefisien regresi yang sama, diperoleh nilai koefisien regresi (B) variabel Terpaan Konten Padel di TikTok sebesar 0,463 dengan t hitung 5,966 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang berarti variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bermain Padel; semakin tinggi intensitas paparan mahasiswa terhadap konten Padel di TikTok, semakin tinggi pula minat mereka untuk bermain Padel. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dinyatakan diterima. Pada tabel yang sama, variabel Kredibilitas *Influencer* TikTok @padel.chaos diperoleh koefisien regresi (B) sebesar 0,554 dengan t hitung 8,435 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang berarti variabel ini turut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bermain Padel; semakin tinggi kredibilitas yang dipersepsikan mahasiswa terhadap *influencer* tersebut, semakin tinggi pula minat mereka untuk bermain Padel. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) juga dinyatakan diterima. Bila dibandingkan lewat nilai Standardized Coefficients (Beta), Kredibilitas *Influencer* TikTok @padel.chaos (Beta = 0,560) memberikan

sumbangan pengaruh yang sedikit lebih besar dibandingkan Terpaan Konten Padel di TikTok (Beta = 0,396), yang mengindikasikan bahwa sosok dan kredibilitas figur yang membawakan konten memainkan peran yang setidaknya sama penting, bahkan sedikit lebih menonjol, dibandingkan sekadar frekuensi paparan kontennya.

Penelitian ini mendukung peran eksposur konten (exposure) dan kredibilitas sumber (source credibility) sebagai prediktor minat pada konteks olahraga yang dipromosikan lewat media sosial, memperkuat relevansi teori-teori tersebut di luar konteks aslinya (periklanan/pemasaran) untuk konteks minat olahraga. Di sisi lain, penggunaan S-O-R dalam penelitian ini sebatas kerangka konseptual, bukan model yang teruji penuh, karena organism tidak diukur sebagai variabel tersendiri.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Mahasiswa Universitas Diponegoro

Mengingat terpaan konten Padel di TikTok dan kredibilitas figur yang membawakannya terbukti sama-sama mendorong minat bermain Padel, mahasiswa disarankan tetap kritis dalam menilai konten olahraga yang beredar di media sosial, memastikan bahwa ketertarikan yang muncul didasarkan pada informasi yang akurat mengenai teknik, keamanan, dan biaya bermain Padel, bukan semata efek popularitas kreator konten. Mahasiswa juga disarankan memanfaatkan paparan konten tersebut sebagai pintu masuk untuk mencoba langsung, misalnya melalui sesi trial di venue terdekat, agar minat yang terbentuk dari media sosial dapat berlanjut menjadi partisipasi nyata dalam olahraga ini.

5.2.2 Bagi Kreator Konten/*Influencer* TikTok dan Pengelola Komunitas/Venue Padel

Berdasarkan temuan bahwa kredibilitas *influencer* memberikan sumbangan pengaruh yang sedikit lebih besar terhadap minat bermain dibanding terpaan konten semata, kreator konten seperti @padel.chaos disarankan mempertahankan dan memperkuat unsur yang membangun kredibilitas, seperti keahlian teknis, konsistensi, dan kejujuran dalam mengulas produk atau venue, karena kredibilitas terbukti menjadi jalur pengaruh yang lebih kuat dibanding sekadar volume unggahan. Kreator konten dan pengelola venue Padel juga disarankan berkolaborasi

membuat konten yang secara eksplisit mengarahkan penonton pada aksi nyata, misalnya informasi harga sewa lapangan, promo trial gratis, atau jadwal komunitas terbuka, mengingat minat yang terbentuk dari TikTok perlu jalur konversi yang jelas agar tidak berhenti sebagai ketertarikan pasif. Selain itu, pengelola venue atau komunitas Padel disarankan menjalin kerja sama resmi dengan kreator konten yang kredibel untuk menyelenggarakan program pengenalan olahraga ini secara berkala di lingkungan kampus, memanfaatkan pengaruh gabungan antara konten dan figur kredibel yang terbukti signifikan dalam penelitian ini.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Nilai R Square sebesar 0,625 menunjukkan model ini sudah cukup kuat menjelaskan variasi minat bermain Padel, namun masih menyisakan 37,5% variasi yang dijelaskan faktor lain di luar model, sehingga peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti norma sosial, aksesibilitas atau biaya venue, maupun efikasi diri terhadap olahraga baru. Selain itu, penarikan sampel penelitian ini menggunakan non-probability purposive sampling pada satu populasi, yaitu mahasiswa aktif Universitas Diponegoro, sehingga hasil belum tentu dapat digeneralisasi ke mahasiswa perguruan tinggi lain dengan karakteristik berbeda, dan penelitian selanjutnya disarankan menjangkau beberapa universitas dengan teknik probability sampling agar generalisasi lebih kuat. Desain penelitian ini juga bersifat cross-sectional atau satu waktu pengambilan data, sehingga belum menangkap dinamika minat bermain Padel dari waktu ke waktu seiring perubahan tren olahraga ini, sehingga penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal untuk melihat apakah pengaruh terpaan konten dan kredibilitas *influencer* bersifat sementara mengikuti tren atau menetap. Terakhir, kedua variabel independen dalam penelitian ini telah diuji secara simultan dalam satu model regresi berganda, namun belum diuji efek moderasi atau mediasinya, misalnya apakah efikasi diri atau pengalaman olahraga sebelumnya memoderasi kekuatan pengaruh kredibilitas *influencer* terhadap minat bermain, sehingga pendekatan mixed-methods dengan wawancara mendalam juga disarankan untuk menggali motif di balik ketertarikan mahasiswa yang tinggi terhadap konten Padel di TikTok,

khususnya faktor gaya hidup dan status sosial yang mungkin turut berperan namun belum terukur dalam model kuantitatif ini.