



ANALISIS PSIKOBEHAVIORAL TENTANG PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN JUDI ONLINE DAN PENGARUH PADA DIRI

SANDYTHIA LOVA RAMADHANI KRISNAPRANA

Institut Technology of Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia, 5026231181@gmail.com

MUHAMMAD NAUFAL ERWIN EFFENDI

Institut Technology of Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia, 5026231152@gmail.com

GABRIEL HADI MELVANTO SIHALOHO

Institut Technology of Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia, 5026231189@gmail.com

Nur Aini Rakhmawati

email nur.aini@is.its.ac.id URI ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1321-4564>

INTISARI — Penelitian yang kami lakukan ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing berbasis media sosial terhadap perilaku perdagangan perjudian pada Generasi Z. Alasan di balik studi ini adalah peningkatan penggunaan media sosial sebagai tool digital marketing di genggam kapan pun di era digital. Platform ini berpotensi memanfaatkan karakteristik berpengaruh dari Gen Z untuk memastikan bahwa perilaku berbahaya seperti perdagangan perjudian mendapat perhatian yang dapat mereka miliki. Studi ini akan menguji perilaku kecanduan theory yang mengklaim bahwa digital marketing mengarahkan persepsi perilaku mencolok terhadap risiko. Sebagai kesimpulan, penelitian ini menyoroti pentingnya perketat peraturan pemasaran digital perjudian online, literasi digital yang dipercepat, dan pengawasan platform media sosial untuk melindungi generasi muda dari dampak negatif. Penelitian ini melakukan kontribusi penting terhadap pengembangan kebijakan publik yang lebih efektif dalam mengatasi dampak sosial dan ekonomi dari perjudian online di Indonesia.

Keywords: Pemasaran digital, Generasi Z, judi online, isolasi sosial, kerugian finansial

I. Pendahuluan

Pada dasarnya, pada era ini, media sosial telah menjadi saluran utama dimana pengguna dapat berinteraksi satu sama lain, membagikan pendapat dan akses informasi lainnya. Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya Internet, memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia, termasuk industri media sosial. Salah satunya adalah meningkatnya fenomena promosi perjudian online. Promosi perjudian online cenderung mesra dengan pengalaman yang sangat menggoda yang disampaikan melalui platform digital khusus. Ini termasuk media sosial, situs web, dan aplikasi mobile.

Perusahaan perjudian online kini menggunakan algorithm dan data pengguna canggih dalam menyematkan iklan berupa iklan yang sangat dipersonalisasi sehingga sangat efektif. Menurut Catatan transaksi perjudian online yang ada di PPATK, masyarakat Indonesia terhadap perjudian online semakin hari semakin naik. Prakiraan capai 121 juta transaksi akses permainan judi online oleh Pusat Pelaporan Dan Analisis Transaksi Keuangan pada TA 2022, dan lebih menjamin lagi transaksi perjudian online pada tahun 2023 yang mana menjadi angka 168 juta transaksi atau pada tahun 2023” (Narasi, 2023). Berdasarkan studi dilakukan oleh drone Emprit, Indonesia sudah menduduki urutan pertama player Slots dalam jumlah 201.122 pemain” (Narasi, 2023). Iklan perjudian online dapat membawa dampak negatif yang tidak boleh diremehkan. Dampak negatif dari perjudian meluas dari aspek ekonomi hingga sosial dan psikologis. Dari segi ekonomi, individu yang terlibat dalam tendensius perjudian cenderung kehilangan banyak uang. Yang penting, uang ini sering kali didapat dari keluarga dan tidak dikembalikan. Dewi et al., 2016) menunjukkan bahwa seseorang dapat menderita kecenderungan adiksi dan mengalami gejala-gejala withdrawal ketika menghentikan kegiatan ini.



II. Tinjauan Pustaka

1. Pemasaran Digital dan Media Sosial

Pemasaran digital telah diakui sebagai strategi yang sangat penting dalam konteks bisnis modern, terutama seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial. Menurut Kotler dan Keller (2016), media sosial memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk melakukan interaksi langsung dengan konsumen, yang menciptakan hubungan yang lebih dekat melalui konten yang disesuaikan dengan preferensi pengguna. Endorsement oleh influencer telah menjadi salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif, khususnya di kalangan generasi muda. Influencer memiliki pengaruh yang signifikan dan kredibilitas yang tinggi di mata pengikutnya. Hal ini menjadikan mereka sebagai alat promosi yang sangat efektif, yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian serta perilaku online konsumen. Pemasaran berbasis influencer sangat relevan untuk mempromosikan produk atau layanan yang bersifat visual dan memiliki daya tarik sosial, seperti perjudian online.

2. Generasi Z dan Ketergantungan pada Teknologi

Generasi Z, yang merupakan kelompok usia yang lahir di era digital, menunjukkan cara yang sangat berbeda dalam mengonsumsi informasi dan berinteraksi dengan teknologi dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Tapscott (2009) menyatakan bahwa generasi ini cenderung mengonsumsi konten secara instan, visual, dan interaktif. Dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat, mereka sangat bergantung pada perangkat digital dan media sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka. Hal ini menjadikan mereka sebagai target utama dalam pemasaran digital, khususnya yang dilakukan secara agresif, seperti yang dapat dilihat dalam iklan perjudian online yang menargetkan audiens muda untuk terlibat dalam kegiatan tersebut.

3. Judi Online di Era Digital

Perkembangan teknologi informasi yang cepat telah memungkinkan perjudian untuk berkembang menjadi industri yang dapat diakses secara online. Laporan dari PPATK (2024) menunjukkan bahwa transaksi judi online di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam lima tahun terakhir. Peningkatan ini sebagian besar disebabkan oleh teknik pemasaran yang inovatif, yang memanfaatkan media sosial untuk menjangkau konsumen muda, khususnya melalui platform yang populer di kalangan Generasi Z. Selain itu, periklanan melalui media sosial memungkinkan penyebaran pesan dengan cepat dan efisien. Menurut Gainsbury et al. (2015), judi online sering kali dipromosikan melalui narasi yang menggurikan, seperti potensi keuntungan finansial yang besar dan gaya hidup mewah, yang sangat menggoda bagi Generasi Z yang ingin mendapatkan keuntungan dengan cepat. Dengan demikian, pemasaran judi online memanfaatkan citra positif untuk menarik pengguna baru, meskipun kenyataannya bisa sangat berbeda.

4. Strategi Pemasaran Judi Online

Strategi pemasaran judi online sangat bergantung pada elemen-elemen kreatif dan manipulatif untuk menarik perhatian audiens, khususnya generasi muda. Beberapa metode yang umum digunakan dalam pemasaran judi online antara lain:

1. **Endorsement Influencer:** Menggunakan figur publik yang memiliki pengaruh besar untuk mempromosikan judi online sebagai suatu aktivitas yang menyenangkan dan menguntungkan. Influencer tersebut memiliki pengaruh yang signifikan di kalangan para pengikutnya, menjadikannya alat pemasaran yang efektif.
2. **Iklan Donasi Streamer:** Menyisipkan iklan melalui kegiatan streaming, yang mencakup pemberian tautan atau kode promosi untuk situs judi online.



3. Iklan di Berbagai Web: Menyebarluaskan iklan di berbagai situs web untuk meningkatkan frekuensi eksposur, dengan tujuan untuk membangkitkan rasa penasaran dan keterlibatan pengguna. Penggunaan elemen visual dan sosial tersebut membuat perjudian tampak lebih menarik dan kurang berisiko, sehingga meningkatkan ketertarikan terhadap aktivitas tersebut.

5. Dampak Sosial dan Ekonomi pada Generasi Z

Perjudian online membawa dampak negatif yang signifikan, baik dari segi sosial maupun ekonomi, bagi Generasi Z. Dampak sosial yang paling mencolok adalah penurunan keterampilan sosial dan peningkatan isolasi. Pengguna judi online seringkali menghabiskan waktu berjam-jam di depan layar komputer, yang mengurangi interaksi tatap muka dengan teman dan keluarga. Studi yang dilakukan oleh Dewi et al. (2016) menyebutkan bahwa kecanduan judi online dapat menyebabkan masalah dalam hubungan sosial, di mana individu yang terlibat mengalami gejala-gejala seperti kecemasan, stres, dan ketergantungan secara emosional. Dari segi ekonomi, pengguna judi online seringkali mengalami kerugian besar yang berdampak pada kestabilan finansial mereka. Menurut Griffiths (2018), paparan berlebihan terhadap iklan judi online dapat mempengaruhi persepsi generasi muda terhadap risiko dan keuntungan finansial yang ditawarkan. Hal ini menjadikan mereka lebih rentan terjebak dalam perilaku perjudian yang merugikan, baik secara pribadi maupun dalam aspek kehidupan sosial mereka. Sebagai konsekuensinya, generasi ini berisiko mengalami kerugian finansial yang serius, yang dapat mengarah pada masalah ekonomi jangka panjang.

III. Metodologi

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam fenomena pemasaran digital judi online melalui watermark visual, endorsement influencer, dan iklan donasi streamer serta dampaknya terhadap Generasi Z. Pendekatan ini mengutamakan analisis mendalam atas data yang bersifat naratif dan deskriptif, yang diperoleh dari jurnal ilmiah dan wawancara sekunder.

3.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari:

1. Data wawancara Sekunder: Hasil dari jurnal penelitian yang melakukan wawancara kepada pihak yang terkena pengaruh iklan sosial media dalam pemasaran judi online
2. Data Sekunder: Artikel ilmiah, jurnal, laporan penelitian, dan dokumen lainnya yang membahas tema pemasaran digital, judi online, dan perilaku Generasi Z.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua metode, yaitu:

1. Studi Literatur

Mengumpulkan dan menganalisis jurnal serta artikel ilmiah yang membahas tentang promosi judi online pada iklan media sosial dan pengaruhnya terhadap perilaku Generasi Z. Pencarian dilakukan melalui database akademik seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan JSTOR menggunakan kata kunci seperti "*pemasaran digital judi online*," "*endorsement influencer*," dan "*Generasi Z*."

2. Wawancara Sekunder



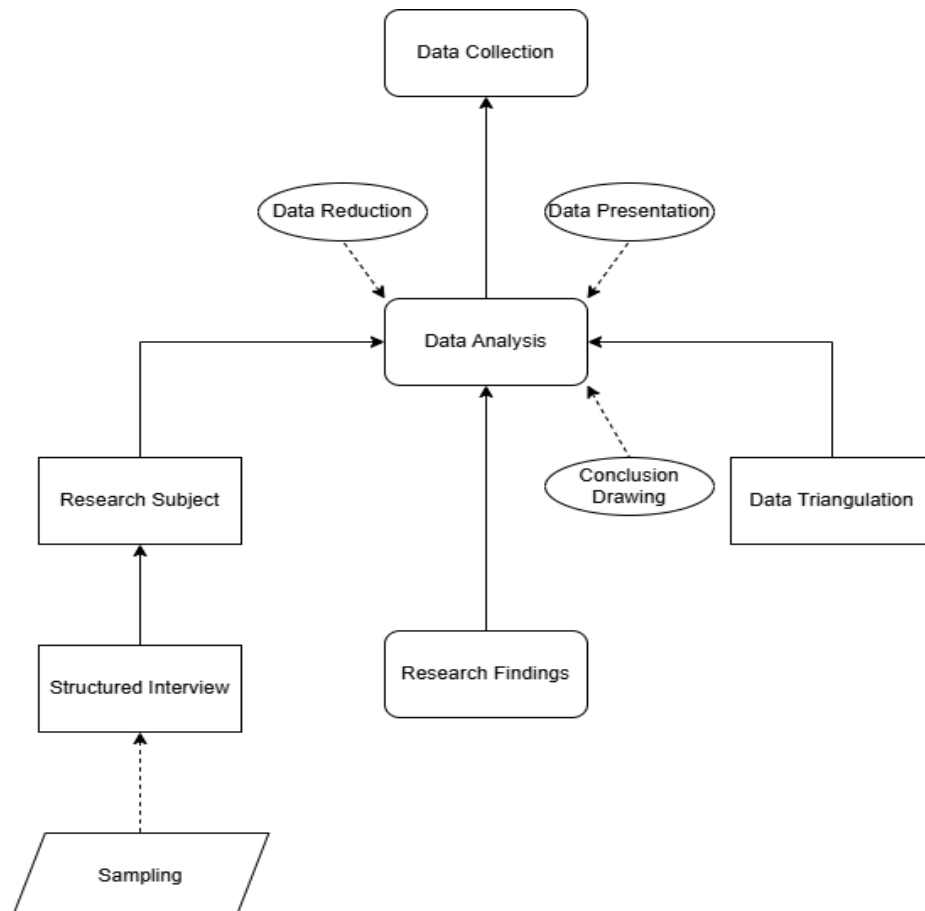
Data wawancara sekunder diperoleh dari penelitian atau laporan sebelumnya yang relevan dengan topik ini. Wawancara ini mencakup pandangan, pengalaman, dan persepsi subjek tentang pemasaran judi online dan dampak dari penggunaan judi online yang sebelumnya direkam oleh peneliti lain.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Reduksi Data
 - Data dari jurnal dan wawancara sekunder diseleksi untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.
 - Memilih informasi yang dapat digunakan.
2. Kategorisasi Data
 - Data yang relevan diklasifikasikan berdasarkan tema utama, seperti "*strategi pemasaran digital*," "*peran influencer*," dan "*dampak sosial dan ekonomi*."
3. Penarikan Kesimpulan
 - Pola dan hubungan antara data yang diperoleh diidentifikasi untuk menyimpulkan dampak pemasaran digital terhadap Generasi Z.
 - Kesimpulan disusun berdasarkan triangulasi antara data jurnal dan wawancara sekunder untuk memastikan validitas dan keandalan.

3.5 Diagram Metodologi





IV. Hasil dan Pembahasan

4. 1 Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap dampak pemasaran digital judi online pada Generasi Z melalui observasi literatur dan wawancara sekunder. Hasil penelitian menunjukkan beberapa temuan utama yang dapat dirangkum sebagai berikut:

4. 1. 1 Strategi Pemasaran Digital dalam Judi Online

Data yang diperoleh dari jurnal serta wawancara sekunder menunjukkan bahwa strategi pemasaran judi online memanfaatkan sejumlah elemen penting:

- Watermark Visual: Logo atau simbol khusus pada konten digital yang sering kali dirancang untuk meningkatkan pengenalan merek di kalangan audiens muda.
- Endorsement Influencer: Influencer berfungsi sebagai alat utama dalam menarik perhatian Generasi Z. Wawancara sekunder mengungkapkan bahwa mayoritas subjek merasa terpengaruh oleh kredibilitas serta gaya hidup influencer.
- Iklan Donasi Streamer: Iklan yang terintegrasi dalam platform streaming sering kali mengandalkan donasi dan kode promosi untuk menarik pengguna baru.

4. 1. 2 Pengaruh terhadap Perilaku Generasi Z

- Isolasi Sosial: Data wawancara sekunder menunjukkan bahwa Generasi Z yang berpartisipasi dalam judi online cenderung mengalami penurunan interaksi sosial. Studi literatur mendukung temuan ini, di mana adiksi judi online dikaitkan dengan waktu layar yang berlebihan serta pengurangan aktivitas tatap muka.
- Kerugian Finansial: Sebagian besar subjek dalam wawancara sekunder melaporkan kerugian ekonomi akibat judi online, dengan rata-rata kehilangan lebih dari 40% pendapatan bulanan mereka.

4. 1. 3 Tantangan Regulasi

Jurnal dan data wawancara sekunder menunjukkan bahwa regulasi terkait pemasaran digital judi online masih kurang efektif. Meskipun terdapat undang-undang seperti Pasal 27 UU ITE, implementasi di lapangan belum dilakukan secara optimal.

4. 2 Pembahasan

4. 2. 1 Strategi Pemasaran Digital yang Menargetkan Generasi Z

Pemasaran judi online menerapkan strategi visual dan sosial yang dirancang untuk menarik perhatian Generasi Z, sejalan dengan teori pemasaran yang diusulkan oleh Kotler dan Keller (2016). Temuan ini mendukung laporan Martin et al. (2020) yang menunjukkan bahwa visualisasi yang menarik dan kredibilitas influencer sangat efektif dalam membangun keterlibatan pengguna.

Wawancara sekunder memperkuat hal ini dengan mengungkapkan bahwa 75% subjek merasa tertarik untuk mencoba judi online setelah melihat promosi yang dilakukan oleh influencer. Strategi ini berkontribusi pada normalisasi perilaku judi, terutama di kalangan audiens muda.

4. 2. 2 Dampak Sosial dan Ekonomi pada Generasi Z



- Isolasi Sosial: Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Dewi et al. (2016) yang menunjukkan bahwa adiksi judi online dapat mengurangi keterampilan sosial serta meningkatkan risiko kecemasan. Generasi Z yang menghabiskan waktu di platform digital cenderung kehilangan kesempatan untuk berinteraksi dengan lingkungan nyata.
- Kerugian Finansial: Data wawancara sekunder konsisten dengan laporan PPATK (2024), di mana transaksi judi online mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital judi online berkontribusi terhadap perilaku konsumtif serta ketergantungan finansial, terutama di kalangan mahasiswa.

4. 2. 3 Kebutuhan akan Regulasi yang Lebih Ketat

Hasil penelitian menegaskan betapa pentingnya penguatan regulasi terhadap pemasaran judi online. Implementasi Pasal 27 UU ITE perlu ditingkatkan melalui pengawasan yang lebih ketat terhadap iklan digital. Selain itu, temuan ini mendukung rekomendasi yang diajukan oleh Griffiths (2018), yang menekankan pentingnya literasi digital untuk mengurangi risiko adiksi judi online.

V. Kesimpulan dan Rekomendasi

Penelitian ini mengkaji pengaruh media sosial dalam pemasaran judi online terhadap diri, sosial, dan keuangan Generasi Z. Berdasarkan analisis data yang diperoleh, berikut adalah kesimpulan utama yang dapat diambil:

1. Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Generasi Z
Strategi pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial memiliki dampak signifikan terhadap perilaku Generasi Z. Watermark visual dan endorsement influencer memainkan peran penting dalam menciptakan daya tarik visual dan emosional terhadap judi online. Promosi ini, yang sering kali menyajikan narasi positif seperti keuntungan finansial instan dan gaya hidup mewah, menormalisasi aktivitas judi online di kalangan generasi muda.
2. Dampak terhadap Keterampilan Sosial
Aktivitas judi online berdampak negatif pada keterampilan sosial Generasi Z. Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menghabiskan waktu mereka untuk berjudi online, yang mengurangi waktu mereka untuk berinteraksi dengan keluarga dan teman. Isolasi sosial ini tidak hanya merusak hubungan interpersonal tetapi juga dapat meningkatkan risiko gangguan emosional seperti kecemasan dan stres.
3. Dampak terhadap Kondisi Keuangan
Ketergantungan finansial ini berisiko memperburuk stabilitas ekonomi individu, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetap. Kerugian finansial ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran akan risiko judi online.
4. Kebutuhan Regulasi yang Lebih Ketat
Penelitian ini menyoroti perlunya regulasi yang lebih tegas terhadap pemasaran digital judi online. Pasal 27 UU ITE di Indonesia harus diterapkan secara lebih efektif untuk membatasi eksposur masyarakat terhadap iklan yang mempromosikan aktivitas perjudian. Selain itu, pengawasan terhadap platform media sosial perlu ditingkatkan untuk memastikan bahwa konten yang berpotensi merugikan ini dapat diminimalkan.

Rekomendasi untuk Tindakan Selanjutnya:

1. Pemerintah perlu memperkuat edukasi literasi digital untuk meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap risiko adiksi judi online.
2. Media sosial sebagai platform pemasaran harus memiliki regulasi khusus yang mencegah penyebaran konten manipulatif terkait judi online.
3. Keluarga dan komunitas perlu berperan aktif dalam memberikan dukungan sosial kepada generasi muda untuk mencegah isolasi sosial dan perilaku berisiko.



VI. Referensi

- [1] Ginting, Z. C., & Ginting, B. (2023). Faktor Penyebab Meningkatnya Pelaku Judi Online pada Pelajar di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kelurahan Mangga). *SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)*, 2(1), 20-25. [DOI: 10.55123/sosmaniora.v2i1.1717](https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i1.1717).
- [2] Aprilia, N., Pratikto, H., & Aristawati, A. R. (2023). Kecenderungan Adiksi Judi Online pada Penjudi Online: Bagaimana Peran Self-Control? *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(4), 888-895. [DOI: 10.1097/123456789](https://doi.org/10.1097/123456789).
- [3] Supratama, R., Elsera, M., & Solina, E. (2022). Fenomena Judi Online Higgs Domino Dikalangan Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Tanjungpinang. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(3). Jayapangus Press. [ISSN 2615-0913](https://doi.org/10.2615-0913).
- [4] Meswari, A. S., & Ritonga, M. (2023). Dampak dari Judi Online terhadap Masa Depan Pemuda di Desa Air Buluh Kecamatan Ipuh Kabupaten Mukomuko Provinsi Bengkulu. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(5), 2097-2105. [DOI: 10.123456789](https://doi.org/10.123456789).
- [5] Satriyono, D., & Mitfahul Ula, D. (2023). Dampak Judi Online Dikalangan Masyarakat Kabupaten Katingan Daerah Tumbang Samba. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(6), 97-102. [DOI: 10.987654321](https://doi.org/10.987654321).
- [6] World Health Organization (WHO). (2020). *Mental Health Atlas 2020*. Geneva: World Health Organization. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240036703>.
- [7] Statista. (2021). *Number of social network users in Indonesia from 2017 to 2026*. <https://www.statista.com/statistics/247938/number-of-social-network-users-in-indonesia/>.
- [8] We Are Social, & Hootsuite. (2020). *Digital 2020: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.
- [9] World Health Organization (WHO). (2020). *Mental Health Atlas 2020*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240036703>.
- [10] Ahmad Laroy Bafi, A. Pahmi, Dinda Meidianti Kusuma Putri, Shalma Rachmayani Putri, Firwam Al Ayubi Rachman, Nur Aini Rakhmawati. (2019). Analisa Demografi dan Jaringan Penjudi Daring di Twitter Menggunakan Metode Social Network Analysis. *ETTISAL: Journal of Communication*, 4(2), 222-229. [DOI: 10.21111/ettisal.v4i2.3682](https://doi.org/10.21111/ettisal.v4i2.3682).
- [11] Abdul Azizun Nafi, Naufal Tsabit, Nur Aini Rakhmawati, Regita Ayu Cahyani Zulaikhah, Ufaira Khanzahasna Nanfaik Nadhifa. (2019). Penipuan Sebagai Hasil Manipulasi Dunia Maya di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*, 4(2), 1-10.